

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CUSTOMER  
RETENTION BANK SYARIAH MANDIRI BANDAR LAMPUNG**  
(Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Kota Bandar Lampung)

**SKRIPSI**

Di Ajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.E) Dalam  
Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

**Oleh**

**Dandy Abau Mitra**  
**NPM. 1651020453**

**Jurusan : Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**RADEN INTAN LAMPUNG**  
**2021 M/1442 H**

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CUSTOMER  
RETENTION BANK SYARIAH MANDIRI BANDAR LAMPUNG**

**(Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Kota Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Oleh :**

**DANDY ABAU MITRA**

**NPM. 1651020453**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Nurlaili, M.A**

**Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I, M.E.Sy**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**2021 M/1442 H**

## ABSTRAK

Untuk memperoleh profitabilitas yang tinggi pada perusahaan perlu adanya upaya untuk meningkatkan customer retention (mempertahankan nasabah) karena customer retention adalah kunci profitabilitas

dimana kedudukan etika dipandang memiliki posisi strategis dalam kemajuan dan juga kemunduran suatu bisnis yang berdampak bagi perusahaan dan juga mitra bisnisnya, bahkan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Seiring perkembangan zaman di era globalisasi yang kian menggerus aspek moral oleh mudahnya penyebaran pemahaman serta budaya-budaya yang menyesatkan dan merusak moral etika di kehidupan bersosial maupun bisnis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari penerapan etika bisnis Islam terhadap retensi pelanggan pada bank. selain itu juga untuk melihat (1) Bagaimana pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung (2) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dalam penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung.

Penelitian ini menggunakan Bank Syariah Mandiri KCP kedaton sebagai objek melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Kuantitatif dan bersifat Deskriptif, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu dengan menggunakan form pertanyaan yang langsung diberikan kepada sumber yang layak di jadikan sumber informasi, data sekunder yaitu diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti.

Keimpulan dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengolahan data (uji t) etika bisnis Islam mempunyai pengaruh signifikan terhadap customer retention dengan menghasilkan nilai sig 0,000 dimana  $< 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $4,924 > 1,664$ ) maka secara parsial terdapat pengaruh positif antara variabel etika bisnis Islam terhadap customer retention pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton Kota Bandar Lampung. Artinya Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung telah menerapkan prinsip dalam etika bisnis Islam seperti keadilan, kebebasan, tanggung jawab, dan kebenaran. Dan Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung memberikan pelayanan yang memadai serta berkomitmen menjaga rahasia nasabah dengan baik dan menjaga kepercayaan nasabah dengan baik sehingga nasabah merasa nyaman dan bertahan pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung.

**Kata kunci:** Pengaruh Etika Bisnis Islam, *Customer Retention*



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS NEGERI ISLAM RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI EKONOMI SYARIAH  
Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung

SURAT PERNYATAAN

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Saya yang bertanda tangan  
dibawah ini

Nama : Dandy Abau Mitra  
NPM : 1651020453  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung" adalah benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

*Wasalamu 'alaikum Wr. Wb*

Bandar Lampung, 3 Desember 2020  
Penyusun



Dandy Abau Mitra  
NPM: 1651020453





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Sunatpurn Sukarame Bandar Lampung, Tp. 107211703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi:

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP  
CUSTOMER RETENTION BANK SYARIAH MANDIRI  
BANDAR LAMPUNG (studi pada Bank Syariah Mandiri KCP  
Kedaton Kota Bandar Lampung)

Nama:

Dandy Abauhtira

NPM:

1651020453

Jurusan:

Perbankan Syariah

Fakultas:

Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Pembimbing I:

Nurjaili, M.A

NIP. 197710152005012003

Pembimbing II:

Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I, M.E.Sy  
NIP.

Ketua Jurusan,

Dr. Erike Anggraheni, M.P.Sy  
NIP. 198208087011012009





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Letnan Kolonel H. Endro Suratmih Sukarame I Bandar Lampung 35191 ☎0721-704030

#### PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CUSTOMER RETENTION BANK SYARIAH MANDIRI BANDAR LAMPUNG (studi pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung)”, di susun oleh: Dandy Abau Mitra, NPM 1651020453, program studi Perbankan Syariah, Telah di ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Rabu, 23 Desember 2020 Pukul: 15.00 s.d 17.00, Tempat Aplikasi Whatsapp (Online).

#### TIM PENGUJI

Ketua

: Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy

Sekretaris

: Ainul Fitri, M.Acc

Penguji I

: Dr. H. Nasruddin, M.Ag

Penguji II

: Nurlaili, M.A

Mengetahui

Delegat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Abdul Ghopur, M.S.I

NIP:198008012003121001

## MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ  
أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-Maidah : 8)

## **PERSEMBAHAN**

Berkat rahmat dan karunia Allah SWT, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan rasa syukur dan bangga, saya persembahkan karya ini kepada :

1. Ayahanda Sukiswanto dan Ibunda Linda Ilawati tercinta yang berkat doanya yang tak pernah putus dan yang telah bersusah payah memberikan segalanya demi keberhasilan dan cita-citaku. Terimakasih atas bantuan, dukungan serta kasih sayangnya yang begitu besar dan mulia, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bibik saya Septina Rizky yang tidak pernah bosan memotivasi dan menyemangatiku serta keluarga besarku yang tercinta.
3. Sahabat-sahabat saya terimakasih atas semua kesempatan yang telah kalian berikan untuk bisa berbagi segala kisah dan pengalaman yang tak terlupakan.
4. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung serta seluruh civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## **RIWAYAT HIDUP**

Nama Penulis Dandy Abau Mitra, dilahirkan di Gunung Megang pada tanggal 14 September 1998, anak Tunggal buah hati pasangan Bapak Sukiswanto dan Ibu Linda Ilawati.

Penulis menempuh pendidikan Pada :

1. TK AL-Azhar 6 kota Bandar Lampung tamat pada tahun 2004
2. pendidikan Sekolah Dasar SDN 2 Karang Anyar tamat pada tahun 2010
3. pendidikan Sekolah Menengah Pertama SMPN AL-Azhar 3 Bandar Lampung tamat pada tahun 2013
4. MAN 1 Bandar Lampung mengambil jurusan IPS dan tamat pada tahun 2016.
5. Pada tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi lagi yaitu UIN Raden Intan Lampung dan mengambil jurusan Perbankan syariah.

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrohmaanirrohim*

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung ( studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Kota Bandar Lampung)**.

Shalawat beriring salam tak lupa kami panjatkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW. Beserta keluarga, para sahabat, dan semoga kita termasuk umatnya sampai akhir jaman.

Penelitian ini dilaksanakan untuk melengkapi syarat-syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan semua pihak, kiranya tidak berlebihan dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghopur, M.S.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan nasihat dan motivasi tidak henti-hentinya kepada mahasiswanya.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy selaku ketua jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama perkuliahan.
3. Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy sekretaris jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama perkuliahan
4. Ibu Nurlaili, M.A sebagai pembimbing I yang telah membimbing serta megarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.,M.E.Sy sebagai pembimbing II yang telah membimbing serta megarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Keluarga besar UPT Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung, atas perkenankannya penulis meminjam buku literatur yang dibutuhkan.
8. Bapak M. Yogie Sulandra selaku BO Bank Syariah Mandiri KCP kedaton yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk mengadakan penelitian dan melakukan Riset.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril, materil maupun spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, 21 oktober 2020

Penulis



Dandy Abau Mitra

NPM. 1651020453

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIARISME.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih judul.....	3
C. Latar belakang.....	4
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian. ....	10
 <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	 <b>11</b>
<b>A. Etika Bisnis Islam .....</b>	<b>11</b>
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	11
2. Fungsi etika bisnis Islam.....	14
3. Prinsip Etika Perbankan .....	14
4. Prinsip etika bisnis Islam .....	18
5. Sumber Etika Bisnis Islam.....	22
6. Dalil Etika Bisnis Islam .....	26
<b>B. <i>Customer Retention</i> .....</b>	<b>28</b>
a. Pengertian <i>Customer Retention</i> .....	28
b. Manfaat <i>Customer Retention</i> .....	29
c. <i>Faktor-Faktor Customer Retention</i> .....	29
d. <i>Indikator Customer Retention</i> .....	32
<b>C. Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>33</b>
<b>D. Kerangka Berpikir.....</b>	<b>36</b>
<b>E. Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
 <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	 <b>38</b>
<b>A. Pendekatan dan Sifat Penelitian .....</b>	<b>38</b>
1. Pendekatan penelitian .....	38
2. Sifat penelitian .....	38



<b>B. Waktu dan Lokasi .....</b>	<b>39</b>
<b>C. Populasi dan sampel .....</b>	<b>39</b>
<b>D. Definisi operasional variabel.....</b>	<b>40</b>
1. Variabel dependen (X) .....	40
2. Variabel independen (Y) .....	41
<b>E. Tehknik pengumpulan data .....</b>	<b>44</b>
1. Kuesioner .....	44
2. Wawancara .....	44
3. Dokumentasi .....	45
<b>F. Jenis dan sumber data .....</b>	<b>45</b>
1. Data premier .....	45
2. Data sekunder .....	45
<b>G. Pengujian Istrumen Penelitian .....</b>	<b>45</b>
1. Uji Validitas .....	45
a. Uji Validitas .....	45
b. Uji Reliabelitas .....	46
2. Uji Asumsi Klasik .....	46
a. Uji Normalitas .....	46
b. Uji liniearitas .....	46
3. Analisis Regresi Liniear Sederhana .....	47
4. Uji Hipotesis.....	47
a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
b. Uji t (parsial) .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Profil Bank Syariah Mandiri .....	50
B. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri .....	52
C. Produk Perusahaan .....	53
D. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung.....	56
E. Karakteristik responden .....	57
F. Hasil Analisis Penelitian .....	60
G. Pembahasan Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

### Tabel

3.1 Definisi Oprasional .....	42
4.1 jenis kelamin responden .....	57
4.2 Umur Responden.....	58
4.3 Agama Responden .....	58
4.4 Pendidikan Responden .....	59
4.5 Pekerjaan responden.....	59
4.6 Lama menjadi nasabah Responden .....	60
4.7 Uji Validitas Etika bisnis Islam .....	61
4.8 Uji Validitas customer retention .....	62
4.9 Uji Reliabelitas.....	63
4.10 Uji Normalitas .....	64
4.11 Uji Normalitas .....	65
4.12 Uji Linieritas .....	66
4.13 Analisis regresi linier sederhana .....	66
4.14 Koefisiensi determinasi $R^2$ .....	68
4.15 Uji t (parsial) .....	69
4.16 Deskripsi jawaban Responden Tauhid .....	74
4.17 Deskripsi jawaban responden Kebebasan .....	75
4.18 Deskripsi jawaban Responden tanggung jawab .....	76
4.19 Deskripsi jawaban Responden Keseimbangan .....	76
4.20 Deskripsi jawaban Responden Kejujuran .....	77
4.21 Deskripsi jawaban Responden Komitmen .....	79
4.22 Deskripsi jawaban Responden Kepercayaan .....	80
4.23 Deskripsi jawaban Responden Kepuasan .....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran-lampiran

1. Kuesioner Penelitian .....	xv
2. Tabulasi Kuesioner penelitian.....	xix
3. Daftar Pertanyaan wawancara.....	xxii
4. Hasil Jawaban Wawancara.....	xxiii
5. Dokumentasi Wawancara.....	xxiv
6. Kartu Hadir Munasabah.....	xxvi
7. Kartu Konsultasi Skripsi .....	xvii
8. Surat Izin Riset.....	xxix
9. Output SPSS.....	xxx

# BAB I

## PENDADULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan pokok bahasan proposal skripsi ini, terlebih dahulu akan saya jelaskan akan tujuan proposal skripsi ini agar memudahkan dalam memahami judul skripsi ini dan tidak menimbulkan kesalah pahaman bagi pembaca, dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud, langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan di bahas. Adapun judul skripsi ini adalah “ **Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Bank Syariah Bandar Lampung** ” (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung)

Maka terlebih dahulu di tegaskan istilah-istilah yang terkandung dalam judul sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh

Pengaruh adalah kemampuan yang terus berkembang yang berbeda dengan kekuasaan tidak begitu terkait dengan usaha memperjuangkan dan memaksakan kepentingan (Uwe Becker dalam *<http://carapedia.com/pengertian definisi pengaruh info2117.html>*). Dalam penelitian ini yang dimaksudkan pengaruh yaitu etika bisnis Islam terhadap customer retention bank syariah bandar lampung.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Reddy Zaki Oktama, skripsi “pengaruh kondisi sosial ekonomi terhadap tingkat pendidikan anak keluarga nelayan di kelurahan sugih waras kecamatan pemalang kabupaten pemalang tahun 2013”, ( semarang: univesitas negeri semarang, 2013)



## 2. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>2</sup>

## 3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah aqidah Islamiyah, menerangkan bahwa Islam adalah agama sekaligus ideologi sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan tanpa kecuali, termasuk aspek ekonomi Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana Islam tidak memisahkan ilmu dengan etika, politik dengan etika. Islam juga tidak memisahkan agama dengan negara dan materi dengan spritual. Paradigma Islam ini berbeda dengan paradigma kapitalis, yaitu sekulerisme, yaitu pemisahan agama dari kehidupan.<sup>3</sup>

## 4. Customer Retention

*customer retention* menjelaskan lamanya hubungan dengan pelanggan. Seiring perkembangan konsep pemasaran yang bervariasi, banyak perusahaan mulai menerapkan strategi dalam menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan ataupun mengelola pelanggan Perusahaan.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Faisal Badroen, Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta: Prenadamedia Group), h. 15.

<sup>3</sup>Khoirudin, Etika Bisnis Dalam Islam, (Bandar Lampung: LP2M, 2015), h. 35.

<sup>4</sup>Nira Niswahtun Qonitat, “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, *Switching Barrier* Dan Kepercayaan Merek Terhadap *Customer Retention*”( Survey Pada Mahasiswa S1 Universitas

## 5. Bank Syariah Mandiri

Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariat (hukum) Islam. usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang di kategorikan haram (misal: usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak islami dan lain-lain), dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.<sup>5</sup>

### B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan dipilihnya judul penelitian ini berdasarkan alasan secara obyektif dan subyektif adalah :

#### 1. Alasan obyektif

- a. Semakin cepat dan pesat perkembangan perbankan syariah di Indonesia, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan. Kecilnya tingkat pertumbuhan segmen pasar pada perbankan syariah, mengharuskan bank syariah untuk lebih meningkatkan kinerja pelayanan dan memperluas segmen pasar agar dapat mengejar selisih market share yang terlalu jauh dengan bank konvensional.

---

<sup>5</sup>Akhmad Mujahiddin, hukum perbankan syariah ( depok: PT rajagrafindo persada, 2016), h. 15-16.

## 2. Alasan subyektif

- a. Pembahasan dalam proposal ini sangat berkaitan dengan pembelajaran yang di pelajari penulis di perbankan syariah.

### C. Latar Belakang Masalah

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan tabungan, giro dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Menurut UU RI No.10 tahun 1998 tanggal 10 november 1998 tentang perbankan yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat daalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>6</sup>

Urgensi etika dalam dunia bisnis menjadi hal yang melatar belakangi penelitian ini, dimana kedudukan etika dipandang memiliki posisi strategis dalam kemajuan dan juga kemunduran suatu bisnis yang berdampak bagi perusahaan dan juga mitra bisnisnya, bahkan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Seiring perkembangan zaman di era globalisasi yang kian menggerus aspek moral oleh mudahnya penyebaran pemahaman serta budaya-budaya yang menyesatkan dan merusak moral etika di kehidupan bersosial

---

<sup>6</sup>Kasmir,*BankDanLembagaKeuanganLainnya*(Jakarta:PT. RajaGrafindoPersada,2012),h.24.

maupun bisnis. Maka persaingan bisnis pun kian menjadi ditambah permasalahan krisis etika didalam dunia bisnis mengharuskan perusahaan untuk mampu menciptakan strategi bisnis yang jitu demi menghadapi persaingan dan permasalahan tersebut, adapun salah satu strategi bisnis yang tepat dalam menanggulangi persaingan bisnis ini adalah dengan membangun loyalitas atau customer retention

Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Faktor yang menentukan adalah persepsi pelanggan mengenai penerapan etika bisnis yang berfokus pada tiga dimensi etika bisnis, yaitu: Kejujuran, Keadilan, dan Kebenaran. Konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanan saja, tetapi juga bergantung pada nilai yang dirasakan oleh pelanggan, perusahaan harus menambahkan nilai yang dapat membuat pelanggan mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan, sehingga pelanggan dapat bertahan. Ukuran nilai yang dilakukan adalah berinvestasi di tempat yang tepat.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Siti Nur Latifah, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Muhammad Saw Terhadap Customer Retention dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Internal Stakeholders*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 8 No. 1 April 2019, hal.99.



*Customer retention* merupakan bentuk loyalitas yang berhubungan dengan perilaku yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditunjukkan dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk/jasa. Konsep *customer retention* (mempertahankan pelanggan) muncul karena sulitnya mempertahankan pelanggan yang sudah ada dari pada mencari pelanggan baru. *Customer retention* telah banyak digunakan perusahaan bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Retensi pelanggan (mempertahankan pelanggan) lebih murah dalam biaya dibandingkan mencari pelanggan yang baru. Mendapatkan pelanggan baru bisa menghabiskan biaya lima kali lebih besar dari pada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.<sup>8</sup>

Semakin cepat dan pesat perkembangan perbankan syariah di Indonesia, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan. Kecilnya tingkat pertumbuhan segmen pasar pada perbankan syariah, mengharuskan Bank syariah untuk lebih meningkatkan kinerja pelayanan dan memperluas segmen pasar agar dapat mengejar selisih market share yang terlalu jauh dengan bank konvensional. Untuk memperoleh profitabilitas yang tinggi pada perusahaan perlu adanya upaya untuk meningkatkan *customer retention* (mempertahankan nasabah) karena *customer retention* adalah kunci profitabilitas.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Philip Kotler dan Kevin Keller, manajemen pemasaran, alih bahasa B.Molan cet ke 12 (Bandung : Indeks, 2007), h. 193.

<sup>9</sup>Afrida Putritama, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah*, Jurnal Nominal, Vol. VII No.1 tahun 2018, hal.3.

Bank Syariah Mandiri yang ada di kedaton merupakan kantor cabang yang ada di Bandar Lampung. Letak kantor yang strategis yaitu ditengah perkotaan memudahkan masyarkat untuk melalukan transaksi baik tunai maupun non tunai. Fasilitas yang diberikan Bank Syariah Mandiri cabang Kedaton Bandar Lampung cukup memadai dan sangat membantu adanya aplikasi MSM atau mandiri syariah mobile yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi ataupun membuka rekening secara omline sehingga nasabah tidak sulit dalam melakukan transaksi ataupun mengantri terlalu lama di bank. Alasan peneliti memilih Bank Syariah Mandiri cabang Kedaton Bandar Lampung sebagai objek penelitian, yaitu karena Bank Syariah Mandiri merupakan Bank yang memiliki visi dan Misi Sesuai dengan Syariat Islam dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, dibuktikan dengan kemampuan mendapatkan nasabah yang terus berkembang. Untuk mempertahankan pelanggan Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan sebisa mungkin untuk memberikan pelayanan yang lebih dari apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga dengan begitu nasabah akan memperoleh apa yang di inginkan dan juga dari apa yang diharapkan.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Wawancara , Jum'at/16 oktober 2020 pukul 18:30.

Tabel Persepsi Nasabah Bank Syariah Mandiri	
<b>Tauhid</b>	
sangat setuju	40
Setuju	37
kurang setuju	3
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>Kebebasan</b>	
sangat setuju	35
Setuju	40
kurang setuju	5
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>Tanggung Jawab</b>	
sangat setuju	48
Setuju	32
kurang setuju	0
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>keseimbangan</b>	
sangat setuju	34
Setuju	43
kurang setuju	3
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>kejujuran</b>	
sangat setuju	35
Setuju	36
kurang setuju	7
tidak setuju	2
sangat tidak setuju	0
<b>komitmen</b>	
sangat setuju	45
Setuju	23
kurang setuju	12
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>kepercayaan</b>	
sangat setuju	22
Setuju	52
kurang setuju	6

tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>Kepuasan</b>	
sangat setuju	23
Setuju	53
kurang setuju	3
tidak setuju	1
sangat tidak setuju	0

Setelah melihat dan memperhatikan beberapa persepsi dari nasabah diatas bahwa disini terjadinya sebuah kesenjangan dimana masih adanya nasabah yang merasa kurang dengan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah mandiri.

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung”**.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, rumusan Berdasarkan masalah di atas maka penulis merumuskan masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dalam penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Yang Signifikan Dalam Penerepan Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana dalam memahami, menambah, dan mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang telah dipelajari secara ilmiah dan teoritis.
2. Bagi bank, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian perbankan syariah dalam meningkatkan manajemen dananya.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi dan informasi untuk menambah wawasan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Etika Bisnis Islam**

##### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Etika adalah kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia, yang merupakan bagian dari Filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang norma dan moralitas.<sup>11</sup>

Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan laba atau menjual barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>12</sup>

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan juga upaya untuk mengetahui hal-hal benar dan yang salah selanjutnya tentu melaksanakan agar hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan

---

<sup>11</sup>Rivai, Nuruddin, *Islamic Bussines amd Economic Ethic Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.85.

<sup>12</sup>Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, ( Yogyakarta: Pustaka Pelaja, 2009)

atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.<sup>13</sup>

Banyak orang yang menyangkal terhadap perlunya etika bisnis bagi perusahaan karena di dalam visi-misi perusahaan siapa pun yang terlibat dalam mengelola perusahaan, adalah tidak mewakili kepentingan masyarakat, melainkan kepentingan pribadinya, untuk memperoleh gaji atau pendapatan yang sesuai dengan harapan dan mewakili kepentingan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan berkelanjutan. Alasan nya dalam bekerja pada satu tim yang berhasil adalah mereka yang memiliki perilaku baik. Pemimpin yang adil, jujur, amanah, cerdas dan bijaksana menjadi keniscayaan dalam organisasi apapun, tidak terkecuali organisasi organisasi dalam bisnis. Demikian juga karyawan yang jujur, ulet, komitmen, komunikatif mampu bekerja sama dan cekatan menjadi persyaratan utama dalam mencapai sukses sukses dalam kerja tim.<sup>14</sup>

Karakteristik standar etika bisnis Islam :

- a. Harus memperhatikan tingkah laku dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia.

---

<sup>13</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Usaha* (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 35

<sup>14</sup>Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung : ALFABETA, 2011), h. 7.

b. Memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan. Etika secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban, bermartabat.

1) Karna bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit saja, namun perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi, apabila tidak akan mengorbankan hidup banyak orang.

2) Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan, dan tindaktunduk manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan yang lainnya.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Usaha* (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 35



## 2. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Dijelaskan sebagai berikut :

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benarbenar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.<sup>16</sup>

## 3. Prinsip Etika Perbankan

Para bankir dalam prinsip pengelolaan bank harus mengupayakan terselenggara iklim usaha perbankan yang sehat yaitu dengan menjaga

### a. Likuiditas

Pengertian likuiditas adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dana (cash Flow) dengan segera dan dengan biaya yang sesuai.

---

<sup>16</sup>Johan Arifi, Etika Bisnis Islam (Semarang : Walisongo Press ) h. 76

Pengertian likuiditas bank adalah kemampuan bank untuk memenuhi kewajiban nya, terutama kewajiban dana jangka pendek dari sudut aktiva,

Fungsi likuiditas secara umum adalah untuk :

- 1) Menjalakan transaksi biasanya sehari-hari
- 2) Mengatasi kebutuhan dana yang mendesak
- 3) Memuaskan permintaan nasabah akan pinjaman dan memberikan fleksibilitas dalam meraih kesempatan investasi menarik yang menguntungkan.

b. Solvabilitas Bank (terpeliharanya kekayaan bank agar kokoh dan mampu memenuhi seluruh kewajiban finansialnya)

Solvabilitas bank adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajibannya. Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi seluruh hutang yang ada dengan menggunakan seluruh aset yang dimilikinya. Hal ini sesungguhnya jarang terjadi kecuali perusahaan mengalami kepailitan. Kemampuan operasi perusahaan dicerminkan dari aset-aset yang dimiliki oleh perusahaan.

c. Rentabilitas Bank ( tingkat keuntungan yang dapat di capai bank)

Rentabilitas yaitu, kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Menurut Baswir yang dimaksud rentabilitas adalah kemampuan dalam menghasilkan laba, baik dengan menggunakan data eksternal maupun dengan data internal.

d. Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Bank ( Bonafiditas)

Untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, bank harus memenuhi beberapa kewajiban terhadap pihak-pihak tertentu (stakeholders)

Kewajiban-kewajiban tersebut yaitu

1) Masyarakat

Mereka menhendaki adanya pelayanan yang baik, perlakuan yang sama

2) Nasabah

Berkepentingan dalam hal keamanan uang mereka yang mereka simpan di bank, layanan yang baik serta bunga yang wajar.

3) Pemerintah

Berharap bahwa bank dapat memberikan lapangan kerja serta peningkatan terhadap hidup yang layak dan menjaga stabilitas ekonomi dan politik.

e. prinsip kepatuhan

Prinsip semua orang dimanapun mempunyai peraturan yang harus mereka patuhi, begitu juga para bankir yang diharuskan memenuhi peraruran perbankan, undang- undang, kebijakan pemerintah, peraturan ketenaga kerjaan yang menyangkut masyarakat, nasabah, pemerintah, pemilik, dan karyawan.

f. Prinsip kerahasiaan

Para bankir dituntut agar dapat menjaga kerahasiaan terutama dengan nasabah serta kerahasiaan kejahatannya

g. Prinsip Kebenaran pencatatan

Setiap petugas bank wajib memelihara arsip atau dokumen dan mencatat semua transaksi dengan benar serta menjaga kerahasiaannya.

h. Prinsip kejujuran wewenang

kepercayaan dan wewenang yang telah diberikan pihak terkait hendaknya tetap dinomor satukan dan tidak disalah gunakan untuk kepentingan diluar etika yang telah disepakati.

i. prinsip keterbatasan keterangan

meskipun petugas bank dan bankir diminta untuk infomative terhadap pihak luar, namun sifatnya terbatas.

j. kehormatan profesi

setiap petugas bank ataupun bankir diharapkan taat menjaga kehormatan profesi dengan cara menghindarkan diri dari hal-hal semacam kolusi, pemberian hadiah, upeti, dan fasilitas dari pihak lain yang menginginkan kemudahan dalam hal prosedur bank.

k. prinsip pertanggung jawaban sosial

pertanggung jawaban ini lebih diarahkan pada pemerintah, nasabah, pemilik ataupun masyarakat dalam hal melaksanakan operasional perbankan.<sup>17</sup>

#### **4. Prinsip Etika Bisnis Islam**

##### **a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)**

Tauhid adalah konsep yang paling penting dan mendasar, sebab konsep yang pertama adalah dasar pelaksanaan segala aktivitas baik yang menyangkut ubaidah/ibadah mahdah (berkait sholat, Zikir, shiam, tilawat- al Qur'an dsb), mu'amalah (termasuk ekonomi), musyarah hingga akhlak. Tauhid mengandung implikasi bahwa alam semesta diciptakan oleh Allah yang maha kuasa, yang Esa, yang sekaligus pemilik mutlak alam semesta ini. Segala sesuatu yang diciptakan mempunyai satu tujuan. Tujuan inilah yang memberikan makna dari setiap eksistensi alam semesta dimana manusia merupakan salah satu bagian di dalamnya.<sup>18</sup>

##### **b. Keseimbangan (*Keadilan/Equilibrium*)**

Keadilan berlaku disemua wilayah kegiatan manusia, baik bidang hukum, sosial, politik maupu ekonomi. Sebenarnya sistem ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan ini. Yang meliputi seluruh aspek dasar perekonomian seperti produksi, distribusi, dan pertukaran. Prinsip Islam menjamin bahwa tak seorang pun akan dieksploitasi oleh orang

---

<sup>17</sup><http://www.google.com>. Prinsip-prinsip Dasar Etika Perbankan co.id. di akses pada tanggal 11 desember 2020

<sup>18</sup>Lukman Hakim, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam ( Erlangga 2012), h. 6.

lain dan bahwa tak seorangpun dapat memperoleh kekayaan secara tidak jujur, tidak adil, ilegal dan curang. Para pemeluk Islam hanya diizinkan untuk mendapatkan kekayaan melalui cara yang adil dan jujur.<sup>19</sup>

c. Kebenaran kebajikan dan kejujuran

Dalam bisnis, hal ini sangat diperlukan dan sangat membantu kemajuan bisnis dalam jangka panjang.<sup>20</sup>

Kebenaran adalah merupakan nilai yang diajarkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Qu'ran aksioma kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis. Dalam konteks etika bisnis yang di peroleh.

Kebajikan adalah sikap ikhsan, yang merupakan tindakan yang memberikan keuntungan bagi orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan, sedangkan kejujuran dipandang sebagai suatu nilai yang paling unggul dan harus dimiliki oleh seluruh masyarakat karena menjadi corak nilai manusia yang berakhlak. dalam Al-Qur'an sendiri bukan memperlihatkan proses. Al-Qur'an menekankan adanya kebenaran suatu profesi (pebisnis) yang dilandasi oleh kebaikan dan kejujuran.

Dalam aksioma-aksioma kebenaran ini maka etika pelaku Bisnis dalam Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya penyalahgunaan sebagai pelaku bisnis.

---

<sup>19</sup>Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam* ( Jakarta : Prenadamedia Group, 2012), h. 45.

<sup>20</sup>Buchari Alma, Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Edisi II*, ( Bandung : Alfabeta: 2014), h.386.

Penerapan konsep kebajikan dalam etikan bisnis, yaitu :

- 1) Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya dengan mengambil keuntungan yang sedikit mungkin. Jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.
- 2) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan seperti ini akan memberikan akibat yang mulia, dan tindakan yang sebaiknya cenderung akan memberikan hasil yang juga berlawanan bukan suatu hal yang patut di puji untuk membayar orang kaya lebih dari apa yang seharusnya diterima manakala ia dikenal sebagai orang yang suka mencari keuntungan yang tinggi.
- 3) Dalam hal mengabdikan hak pembayaran dan pinjaman seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan, seseorang harus membuat pengurangan peminjaman untuk meringankan beban sang peminjam.
- 4) Sudah sepantasnya bahwa mereka ingin mengembalikan barang-barang yang telah di beli seharusnya diperbolehkan untuk melakukan demi kebajikan.

- 5) Merupakan tindakan yang sangat baik bagi sang peminjam jika mereka membayar hutangnya tanpa harus terus meminta, dan jika mungkin jauh jauh hari sebelum jatuh waktu pembayarannya.
- 6) Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup murah hati, tidak memaksa membayar ketika orang tidak mampu membayar dalam waktu yang telah ditetapkan.<sup>21</sup>

d. Prinsip Kehendak Bebas / Kebebasan

Kebebasan berarti bahwa seorang individu telah diberi kebebasan oleh Allah untuk mencari harta, meilikinya, menimatinnya serta membelanjakannya sesuai dengan kehendaknya. Prinsip tersebut juga bermakna kebebasan untuk memilih profesi bisnis maupun lapangan kerja dalam mencari nafkah. Namun Islam tidak memberi kebebasan tak terbatas dalam lapangan ekonomi, sebagaimana yang telah disampaikan di atas, Islam membedakan antara halal dan haram. Di bidang produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi, hanya yang halal saja yang diperbolehkan. Dengan senantiasa memerhatikan aturan yang halal dan haram, seorang individu mendapat kebebasan penuh untuk mencari dan membelanjakan barang sekehendaknya.<sup>22</sup>

Namun kebebasan tersebut tidaklah mutlak, melainkan terbatas, karna dalam skema etika bisnis Islam manusia adalah pusat ciptaan tuhan.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup>Khoiruddin, etika bisnis dalam Islam, (Bandar Lampung: LP2M,2015), h. 58

<sup>22</sup>Muhammad Sharif Chaudhry, Sistem Ekonomi Islam (Jakarta : Prenadamedia Group, 2012), h. 44.

<sup>23</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis ; Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h.20.



e. Tanggung Jawab

Tanggung jawab seorang Khilafah dilakukan dengan sukarela tanpa adanya pemaksaan. Jika konsep ini dilakukan dalam bisnis maka wirausaha muslim akan berbisnis dengan cara yang halal, di mana cara pengelolaan dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan mempunyai manfaat sosial berupa manfaat optimal bagi semua komponen masyarakat yang menikmati dan terlihat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan. Penerapan perilaku ini tidak akan membawa kerugian bagi pihak lain.<sup>24</sup>

## 6. Sumber Etika Bisnis Islam

Unifikasi antara aspek-aspek yang bersifat humanis (ekonomi dan bisnis) dan transcendental (etika agama) dalam ekonomi Islam mengimplikasikan dua hal penting :

*pertama*, persoalan ekonomi bisnis dalam ekonomi Islam bersumber dari agama (Islam). Sehingga Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah (ibadah).

*Kedua*, Islam juga memberikan semangat kesadaran nilai yang menjiwai seluruh aktivitas muamalah manusia. Islam sebagai *the holistic way of life*, di samping memiliki ajaran yang bersifat transendental, juga memberikan perhatian pada aspek humanis (kemanusiaan). Manusia diberi otonomi untuk menentukan pilihan dalam kehidupannya dalam batas-batas yang jelas, sesuai dengan aturan-aturan Tuhan untuk tujuan dan kepentingan

---

<sup>24</sup>Hamdi Agustin, Studi Kelayakan Bisnis Syariah ( Depok : PT RajaGrafindo Persada 2017), h. 10.

manusia sendiri. Dengan tunduk dan patuh mengikuti aturan-aturan dan perintah Tuhan akan merasakan kedamaian dalam jiwanya. Bahkan dalam hal yang menyangkut urusanurusan dunia (ekonomi dan bisnis), manusia diberikan otonomi untuk memberikan keputusan yang memihak pada kesejahteraan manusia sebagai kholifah Allah di muka bumi. Sandaran atas pernyataan di atas menandai pemahaman kita bahwa nilai-nilai etika dalam praktek ekonomi dan bisnis memberikan ruang kepada manusia untuk memformulasikan nilai-nilai bersama yang menjiwai kepentingan dan kesejahteraan manusia secara material dan spiritual. Implikasinya bahwa etika ekonomi dan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam bersumber dari dua sumber, yaitu ; ilahiyat dan insaniyat.

#### 1. Nilai Ilahiyat

Nilai yang bersumber dari ilahi adalah nilai yang dititahkan Allah kepada Rasul-Nya, yang berbentuk takwa, iman, ihsan, adil dan sebagainya yang diabadikan dalam wahyu Ilahi. Agama (religion) merupakan referensi utama nilai moral dan etika. Tuhan sebagai sumber utama ajaran agama telah menetapkan kebenaran dan kesalahan. Tuhan adalah pemilik otoritas penuh dalam menentukan nilai baik dan buruk (etika).

Nilai-nilai yang bersumber dari agama bersifat statis dan kebenarannya bersifat mutlak. Sikap, tindakan, dan perilaku manusiainkan kehendak Tuhan untuk kepentingan dan kebaikan manusia sendiri. Sebagaimana halnya tata nilai harus bersumber padakebenaran

dan kecintaan kepada-Nya, ia pun sekaligus menuju kebenaran dan mengarah kepada persetujuan (ridho-Nya) yaitu *sa'adah fid dunya wa sa'adah fi al-akhirat*.

Untuk mencapai sa'adah (kebahagiaan) ini manusia dan para pebisnis modern harus membangun etika bisnis yang bersumber dari Al-Qur'an. Etika dan bisnis yang di ilhami oleh ajaran ketuhanan ini melarang para pebisnis untuk melakukan tindakan bisnis yang merugikan orang lain, sebab pada hakikatnya tindakan tersebut berujung pada boomerang, di mana konsekuensi dari tindakan tersebut tidak hanya merugikan orang lain, tetapi juga membuat pebisnis menderita akibat tidak adanya ketenangan setelah melakukan tindakan yang merugikan orang lain. Sebaliknya, dengan perilaku etika bisnis yang sesuai dengan ajaran agama niscaya membuat pelakunya merasa tenang dan damai karena tidak dibayang-bayangi oleh rasa salah terhadap orang lain.<sup>25</sup>

## 2. Nilai Insaniyat

Kebalikan dari nilai etika yang bersumber dari agama adalah nilai etika yang bersumber dari kreativitas dan konsensus pemikiran manusia demi kepentingan dan kebaikan manusia sendiri. Nilai ini bersifat dinamis yang dibatasi ruang dan waktu. Nilai-nilai yang merupakan hasil konsensus setiap anggota masyarakat kemudian melembaga menjadi sebuah tradisi yang dapat secara terus menerus diwariskan kepada generasi sesudahnya. Namun demikian, sebagai nilai yang bersifat

---

<sup>25</sup>Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". Jurnal Ummul Qura, Vol. VII No. 1 (Maret 2016) h. 70.

dinamis, tidak semua nilai yang telah melembaga menjadi tradisi yang dianut pada masa kini dianggap relevan dengan kondisi dan situasi kehidupan generasi sesudahnya. Karena adanya perbedaan dimensi ruang dan waktu dalam kehidupan, maka manusia memiliki kebebasan untuk memberikan pemaknaan (*interpretasi*) atas nilai-nilai lama dan nilai-nilai baru agar relevan dengan tuntutan dan kebutuhannya. Kebebasan interpretasi dimaksud tetap mengacu pada prinsip-prinsip tertentu.

Kedua nilai tersebut memiliki sumber yang berbeda, namun keduanya memiliki hubungan timbal balik satu sama lain. Relasi antarnilai yang bersumber dari Ilahi dengan nilai yang bersumber dari Insan yang demikian erat memiliki Nilai Insani, karena sifatnya yang relatif dan dinamis, memungkinkannya untuk tunduk pada nilai Ilahi yang mutlak dan permanen. Maka segala intensi, pikiran, tindakan dan perilaku manusia tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai Ilahi. Ketergantungan manusia pada nilai Ilahi tidak berarti mengurangi harkat dan martabatnya, sebagai makhluk merdeka, melainkan membawa manusia pada posisi yang lebih manusiawi, memanusiakan manusia dan mengangkatnya ke derajat yang lebih tinggi sehingga menjadi sempurna.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup>Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". Jurnal Ummul Qura, Vol. VII No. 1 (Maret 2016) h. 71.

## 7. Dalil Etika Bisnis Islam

Sebagaimana telah ditetapkan dalam Al-Qur'an Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya : orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.<sup>27</sup> (QS. Al-Baqarah: 275)

Islam menetapkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan oleh karna itu sangat penting adanya etika dalam perdagangan tersebut. Etika yang ditetapkan dalam kegiatan bisnis tentunya akan selaras dengan prinsip moralitas.

Salah satu akhlak dalam yang baik dalam etika bisnis Islam adalah kejujuran sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 70 :

<sup>27</sup> AL-Baqarah. (2) : (275)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakannlah perkataan yang benar”<sup>28</sup> (QS. Al-Ahzab: 70)

Sebagian dari mereka dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Akhlak lain adalah amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap, dengan menjaga dengan memenuhi hak-hak Allah dan manusia, serta menjaga muamalah nya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia.<sup>29</sup>

Seorang pebisnis muslim juga dituntut untuk berlaku amanah dalam dalam menjalankan usaha sehingga ia tidak akan menzholimi kepercayaan yang diberikan kepadanya. Sebagaimana anjuran di dalam Al-Qur'an Surat Al-Anfal ayat 27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian mengkhianati Allah dan Rasul, dan janganlah kalian mengkhianati amanah-amanah yang dipercayakan kepada kalian”.<sup>30</sup>  
(Q.S. Al-Anfal:27)

---

<sup>28</sup>AL-Ahzab. (33) : (70)

<sup>29</sup>Ahmad Syahrizal, Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Aktualita*, Vol.9 Edisi 1 Desember 2018.

<sup>30</sup>AL- Anfaal (8) : (70)

## B. Customer Retention

### 1. Pengertian Customer Retention

Griffin mengemukakan bahwa *Customer retention* menjelaskan lamanya hubungan dengan pelanggan tingkat *Customer retention* adalah presentase pelanggan yang memenuhi sejumlah pembelian ulang selama periode waktu terbatas.

Menurut Ranaweera and Prabhu *Customer retention* adalah kecenderungan pelanggan untuk tetap bertahan menggunakan jasa layanan di masa depan. Pelanggan akan tetap bertahan dalam menggunakan suatu produk atau jasa setelah pelanggan merasakan adanya kepuasan yang diperoleh dalam menggunakan produk tersebut. *Customer retention* menjelaskan lamanya hubungan dengan pelanggan. Seiring perkembangan konsep pemasaran yang bervariasi, banyak perusahaan mulai menerapkan strategi dalam menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan ataupun mengelola pelanggan.<sup>31</sup>

Upaya-upaya perusahaan untuk memuaskan kebutuhannya dilakukan dengan berbagai strategi dan cara dengan harapan pelanggan tersebut puas dan selanjutnya akan melakukan pembelian ulang. Apabila seorang pelanggan telah berubah menjadi pelanggan yang loyal karena kepuasannya terpenuhi, maka pelanggan tersebut tidak akan beralih ke produk atau jasa perusahaan lain. Mengingat semakin ketat persaingan

---

<sup>31</sup>Nira Niswahtun Qonitat, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, *Switching Barrier* Dan Kepercayaan Merek Terhadap *Customer Retention*"( Survey Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pelanggan Produk Merek Wardah)".Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 55 No. 2 (Februari 2018) h. 59

karena semakin banyaknya perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.<sup>32</sup>

## 2. Manfaat Customer Retention

Manfaat langsung dari mempertahankan pelanggan yaitu mengurangi biaya pemasangan iklan. pelanggan yang puas dengan sebuah layanan yang diberikan akan melakukan *word communication*. Pelanggan yang berhubungan lama dengan perusahaan akan lebih banyak melakukan pembelian. Pelanggan yang setia juga akan lebih responsive untuk membeli setiap jenis produk dan jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan, sering membayar lebih kepada perusahaan, dan menciptakan permintaan, serta lebih murah dalam melayani sehingga keuntungan yang akan didapatkan perusahaan akan lebih besar.<sup>33</sup>

## 3. Faktor – Faktor Customer Retention

Dalam upaya mempertahankan pelanggan, terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

### a) Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facto” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu

---

<sup>32</sup>Usman A, Strategi Baru Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta : Amara Books, 2003), h. 89.

<sup>33</sup>Ariesya Aprilia, Customer Retention dan Customer Relationship: Strategi pemasaran potensial, (Jurnal manajemen maranatha vol 4, November 2004), h 2-3



atau membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan konsumen lantas menjadi sesuatu yang kompleks.<sup>34</sup>

b) Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan ada jika pelanggan percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi.<sup>35</sup>

Kepercayaan atau *Trust* menurut beberapa ahli dapat dilihat dari beberapa konteks yang berbeda, dari segi bisnis dan dari segi pelanggan:

1) Bisnis ke Bisnis

Kepercayaan merupakan keyakinan organisasi bisnis terhadap organisasi bisnis lainnya bahwa organisasi bisnis lain tersebut akan memberikan *outcome* yang positif bagi organisasi bisnis.

2) Bisnis ke Pelanggan

Lebih menekankan pada sikap individu yang mengacu pada keyakinan pelanggan atau kualitas yang diterimanya. Moorman, DePande dan Zaltman menyatakan bahwa, Kepercayaan dapat dipandang sebagai unsur esensial untuk membangun hubungan.

---

<sup>34</sup>Fandy Tjipto, Strategi pemasaran, Cet. Ketiga ( Jawa Timur : Banyumedia Publishing, 2007 ), h. 349.

<sup>35</sup>Puguh Setiawan, *Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Harga dan Keluhan Pedagang terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Surakarta*, Surakarta : Naskah Publikasi, 2013), h. 3.

### 3) Pelanggan

Rotter dan Rawlins menyatakan bahwa kepercayaan sebagai sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.<sup>36</sup>

#### c) Komitmen (*Commitment*)

Komitmen juga didefinisikan sebagai perjanjian yang eksplisit maupun yang implisit dari hubungan yang continue antar partner yang saling bertukaran. Komitmen juga merupakan unsur perilaku sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang antara kedua belah pihak agar hubungan ini lebih bermakna. Tidak akan terjadi sesuatu komitmen kalau salah satu atau kedua belah pihak merasa bahwa hubungannya tidak menguntungkan. Dengan perkataan lain komitmen berarti di dalamnya terdapat suatu hubungan yang berharga yang perlu dipertahankan terus, dimana masing-masing pihak bersedia bekerja sama untuk mempertahankan hubungan ini.<sup>37</sup>

#### d) Etika Bisnis Islam

Penerapan Etika Bisnis Islam seperti kesatuan (*Tauhid/Unity*), Keadilan (*'adl*), Kehendak bebas (*FreeWill*), Tanggung Jawab

---

<sup>36</sup>Somad Rismi dan Priansa Donni Juni, *Manajemen Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.104.

<sup>37</sup>Mulyo Budi Setiawan, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah PD. BPR Bank Pasar Kendal*, 2007.

(*Responsibility*), Kebenaran mampu mempertahankan pelanggan (*Customer Retention*).<sup>38</sup>

#### 4. Indikator Customer Retention

##### a) Upaya peningkatan loyalitas pelanggan

Tidak dapat dipungkiri kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting untuk menunjang bisnis kita, karena kepuasan pelanggan berperan penting untuk mendapatkan keuntungan dari bisnis kita. Kepuasan pelanggan berpengaruh untuk kelangsungan bisnis kita apakah bisnis yang kita buat bisa berlangsung lama ataupun kandas ditengah jalan. Apabila konsumen mendapatkan kepuasan dari produk/ jasa yang anda pasarkan maka kemungkinan besar konsumen akan terus datang terus dari masa ke masa, sebaliknya jika konsumen tidak merasa puas dengan produk/jasa yang kita pasarkan maka niat konsumen untuk kembali memakai produk kita menjadi tidak jadi ataupun kapok dan tidak ingin kembali ketempat anda dan malah pergi ke tempat orang lain

##### b) Upaya memperbaiki hubungan dengan pelanggan

Pelanggan, adalah aset besar bagi setiap perusahaan. Sebuah perusahaan tidak akan mungkin mendapatkan penghasilan tanpa adanya pelanggan. Dengan mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan, tentunya itu akan menjadi modal besar untuk perusahaan agar tetap bisa berdiri kokoh, bersaing dengan perusahaan

---

<sup>38</sup>Siti Nur Latifah, *Etika Bisnis Muhammad SAW terhadap Customer retention dan dampaknya terhadap peningkatan internal stakeholders*, (Jurnal Ekonomi Islam, Vol 8 No 1, (2019)

lainnya, serta tetap mampu membuka lowongan pekerjaan bagi yang membutuhkan. Untuk itu, sangat penting bagi perusahaan Anda untuk mampu menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan.

c) Upaya mempertahankan pelanggan

Bertambahnya produk dan jumlah pelanggan keduanya sama-sama penting. Tanpa pelanggan tidak mungkin Anda menjual, seperti halnya tanpa produk tak mungkin Anda menjual. Masalahnya, produk berada sepenuhnya di tangan Anda sementara pelanggan sepenuhnya di luar kontrol dan kendali Anda. Pelanggan memiliki kebebasan dan berdaulat untuk membeli produk mana yang diinginkan dan dibutuhkannya.<sup>39</sup>

### C. Tinjauan Pustaka

No	Penelitian (tahun)	Judul	Variabel	Metode	Hasil penelitian
1	Metta Ehda Agusti (2019) <sup>40</sup>	Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Customer Retention</i> (Studi	Etika Bisnis Islam, Kepuasan Pelanggan, Customer Retention .	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian bersifatasosiatif. Analisis data menggunakan pengujian kualitas data, uji asumsi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam , kepuasan pelanggan, dan etika bisnis Islam terhadap kepuasanpelanggan terdapat pengaruh hal ini dilihat dari

<sup>39</sup>Wahyu Setia, Influence Of Customer Relationship marketing, service quality and corporate image of the customer retention graham cindi golf semarang ( with satisfaction as an intervening variabel, (Jurnal Managemen, vol 2 no 2, 2016)

<sup>40</sup>Metta Ehda Agusti, *pengaruh etika bisnis islam dan kepuasan pelanggan terhadap customer retention (studi pada PT BPRS Adam kota bengkulu)*, skripsi, fakultas ekonomi dan bisnis Islam, Institut agama Islam Negeri, Bengkulu (2019)

		Pada PT Bprs Adam Kota Bengkulu )		dasar, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda	analisis regresi linier berganda yang diperoleh.
2	Vivi Indah Lestari (2017) <sup>41</sup>	Pengaruh etika bisnis Islam terhadap customer retention pt.bni syariah cabang palembang	Etika Bisnis Islam, Customer Retention .	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reabilitas, analisis regresi sederhana, uji asumsi klasik.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengolahan data uji parsial (uji t) etika bisnis Islam mempunyai pengaruh signifikan terhadap customer retention dengan menghasilkan nilai sig 0,004 dimana $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2.984 > 1.660) .
3	Sita Apriani (2018) <sup>42</sup>	pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap customer retention pada	Etika Bisnis Islam, Customer Retention , PT.Al Ijarah Finace (Alif)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan	Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap customer retention. Hal ini dapat dilihat dari berdasarkan nilai signifikan

<sup>41</sup>Vivi Indah Lestari, Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Pada PT. BNI Syariah Cabang Palembang , skripsi, Universitas Islam Negeri raden fatah, palembang (2017)

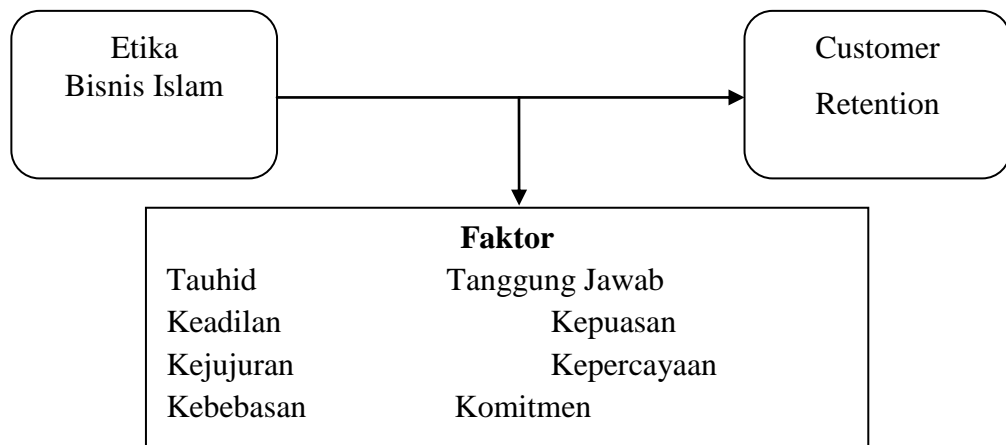
<sup>42</sup>Sita Apriani, Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap customer retention pada PT.Al-ijarah finance (Alif) Cabang Mataram, skripsi, fakultas ekonomi dan bisnis Islam, Universitas Islam Negeri, Mataram (2018)

		PT.AI Ijarah Finace (Alif) Cabang Mataram	Cabang Mataram	uji validitas dan reabilitas, analisis regresi linier sederhana,	0,000 pada alpha 5% maka hipotesis nol ditolak yang berarti Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap Customer Retention. Penerapan Etika Bisnis Islam berpengaruh positif dan siginifikan terhadap Customer Retention pada PT.AI- Ijarah Indonesia Finance (Alif) Cabang Mataram hal ini dilihat dari hasil dibuktikan dengan nilai koefisiensi regresi yang bernilai positif 0,249 dengan tingkat signifikansi 0,000.
--	--	--	-------------------	--	---

Dari hasil tinjauan pustaka diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian terdahulu yang dikemukakan diatas memiliki beberapa perbedaan tempat jumlah sampel, populasi, tehnik analisis data karna dari perbedaan

tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan Judul “ Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung” .

#### D. Kerangka Berpikir



#### E. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah serta tujuan dan kegunaan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* di bank syariah mandiri bandar lampung KCP kedaton Bandar Lampung.

Ho : Diduga tidak ada Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung KCP kedaton Bandar Lampung.

Ha : Diduga ada Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung KCP kedaton Bandar Lampung.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan juga upaya untuk mengetahui hal-hal benar dan yang salah selanjutnya tentu melaksanakan agar hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan

Menurut Ranaweera and Prabhu *Customer retention* adalah kecenderungan pelanggan untuk tetap bertahan menggunakan jasa layanan di masa depan. Pelanggan akan tetap bertahan dalam menggunakan suatu produk atau jasa setelah pelanggan merasakan adanya kepuasan yang diperoleh dalam menggunakan produk tersebut. *Customer retention* menjelaskan lamanya hubungan dengan pelanggan. Seiring perkembangan konsep pemasaran yang bervariasi, banyak perusahaan mulai menerapkan strategi dalam menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan ataupun mengelola pelanggan.



### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Sifat Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif, metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru.<sup>43</sup>

##### **2. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini bersifat deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu, menganalisis data-data yang berupa angka. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Pengambilan data menggunakan survei langsung dan instrumen yang digunakan adalah kuesioner (angket). Pengukuran pada variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut

---

<sup>43</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian* Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung : ALFABETA, 2018), h. 7.

Sugiyono bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>44</sup>

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

### **1. Waktu Penelitian**

Penelitian ini mulai dilakukan dari bulan Juli 2020 sampai dengan Agustus 2020.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di bank syariah mandiri KCP kedaton Bandar Lampung. Lokasi ini diambil karena penulis ingin mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap customer retention pada bank syariah mandiri.

## **C. Populasi dan sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini yang menjadi populasi adalah nasabah yang menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung khusus nya di KCP kedaton.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup>Desy Astrid Anindya, “ Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua”. *At-Tawassuth*, Vol. II, No.2, (2017), h. 397.

<sup>45</sup>Sugiyono, metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung : ALFABETA, 2018), h. 80.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Dari sampel itu kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) dalam penelitian ini tehknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu nasabah yang menjadi anggota di Bank Syariah Mandiri cabang Kedaton.<sup>46</sup>

### D. Definisi Oprasional Variabel

#### 1. Variabel Penelitian

Adapun definisi oprasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### a. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau dikenal variable bebas adalah variabel yang secara bebas berpengaruh terhadap variabel dependen. Variable independen dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam.

---

<sup>46</sup>Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung : ALFABETA, 2018), h. 218.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau sering disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. dalam penelitian ini yang di gunakan sebagai variabel dependen adalah customer retention.

2. Definisi oprasional

Variabel penelitian ini terdiri dari etika bisnis Islam terhadap customer retention berikut definisi operasional variabelnya:

a. Etika bisnis Islam (X)

Etika bisnis Islam berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari prilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.<sup>47</sup>

b. Customer retention (Y)

Customer retention merupakan upaya perusahaan dalam memelihara hubungan jangka panjang dengan perusahaan (Buttle, 2007).Customer retention (retensi pelanggan) melibatkan mengibah transaksi konsumen individu menjadi hubungan pelanggan jangka

---

<sup>47</sup>Faisal Bandroen, et. Al. Etika Bisnis Dalam Islam..., h. 15-16.

panjang dengan membuatnya dalam kepentingan terbaik pelanggan untuk tetap bersama perusahaan daripada beralih ke perusahaan lain, (schiffman, 2015).

**Tabel 3.1**

**Definisi Oprasional**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Etika Bisnis Islam ( Variabel X)	Etika bisnis  Islam merupakan suatu proses dan juga upaya untuk mengetahui hal-hal benar dan yang salah selanjutnya tentu melaksanakan agar hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak	1.Tauhid  2.Keseimbangan/keadilan  3.Kebenaran  4.Kehendak bebas  5.Tanggung Jawab	Dikur dengan Kuesioner (Angket) dengan Menggunakan skala <i>likert</i>

	yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan		
Customer Retention ( Variabel Y)	Menurut Ranaweera and Prabhu <i>Customer retention</i> adalah kecenderungan pelanggan untuk tetap bertahan menggunakan jasa layanan di masa depan. Pelanggan akan tetap bertahan dalam menggunakan suatu produk atau jasa setelah pelanggan merasakan adanya kepuasan	1. Kepuasan konsumen 2. Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) 3. Komitmen ( <i>Commitment</i> )	Dikur dengan Kuesioner (Angket) dengan Menggunakan skala <i>likert</i>

	yang diperoleh dalam menggunakan produk tersebut.		
--	--	--	--

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Metode Kuesioner

Kuesioner (Angket), merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Bentuk angket yang diberikan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Skala likert yakni menjawab pertanyaan, sangat setuju (SS), setuju (S), Kurang Setuju (KS), TidakSetuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).<sup>48</sup>

### 2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulam data dengan berhadapan secara langsung dengan yang di wawancarai untuk mendapatkan jawaban secara langsung dari sumber utama.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup>sugiyono, metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung : ALFABETA, 2018), h. 93.

<sup>49</sup>sugiyono, metode penelitianKuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung : ALFABETA, 2018), h. 137.

### 3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tertulis, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>50</sup>

## F. Jenis dan Sumber Data

### 1. Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber utama. dalam data ini data yang diperoleh langsung dengan memberikan kuisioner atau daftar pernyataan kepada nasabah tabungan bank syariah mandiri bandar lampung.

### 2. Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung misal nya melalui orang lain, atau buku yang berkaitan dengan etika bisnis Islam dan *customer retention*.

## G. Pengujian Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas dan Uji Rentabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukan tingkat keandalan dan keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk menegetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar penyertaan mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Untuk *degree of freedom*

---

<sup>50</sup>sugiyono, metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung : ALFABETA), h. 137.



(df) =  $n-2$  dalam hal ini adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid demikian sebaliknya.<sup>51</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas. Keandalan (*reliability*) adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukur tersebut tanpa bias (bebas kesalahan – *error free* dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item, dalam instrumen. Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,60.<sup>52</sup>

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas adalah : jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain itu dinyatakan normal apabila nilai probabilitas signifikansi  $> \alpha$  (0,05).<sup>53</sup>

#### b. Uji linieritas

Salah satu asumsi dari analisis regresi linieritas. Hal ini dimaksudkan apakah garis regresi antara  $X$  dan  $Y$  membentuk garis linier atau tidak.

<sup>51</sup>Sugiono, Metode Penelitian dan Pengembangan, (Bandung: Alfabeta, 2015), h 89

<sup>52</sup>Sugiono, Metode Penelitian dan Pengembangan, (Bandung: Alfabeta, 2015), h 70

<sup>53</sup>Vivi Indah Lestari, skripsi : “ Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap *customer retention* pada PT.BNI Syariah cabang Palembang” ( Palembang: uinradenfatah, 2017), h. 48.

Uji ini ditentukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas predictor mempunyai hubungan linear atau tidak dengan variabel terikat. Jika tidak linear maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan.<sup>54</sup>

### 3. Analisis regresi linier Sederhana

Regresi sederhana adalah suatu pola hubungan yang merupakan fungsi, dimana hanya terdapat suatu variabel yang menentukan atau variabel yang mempengaruhi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yaitu dimana sebuah variabel yang dipengaruhi (Y) dan variabel bebas atau yang mempengaruhi (X) bentuk regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = customer retention

X = etika bisnis Islam

a = konstanta

b = koefisien regresi<sup>55</sup>

### 4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisa data, baik dari percobaan yang terkontrol maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa

---

<sup>54</sup>Sugiyono, Statistik untuk penelitian, (Bandung, Alfabeta, 2007), h 265

<sup>55</sup>Syahrman Yusi-Umiyati Idris, Statistika (Palembang: Citrabooks Indonesia, 2010), h

dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya. Hasil uji hipotesis diambil berdasarkan hasil uji t. Dasar pengambilan keputusan analisis data adalah : jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikansinya  $< \alpha$  (0.05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi adalah suatu nilai menunjukkan besarnya perubahan yang terjadi diakibatkan oleh variabel lainnya. koefisien determinasi dinyatakan dalam ( $R^2$ ). koefisien Determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi mempunyai nilai interval nol sampai satu. ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai Adjusted  $R^2$  yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.<sup>56</sup>

b. Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Dengan taraf signifikansi 5% atau  $> 0,05$  penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria :

---

<sup>56</sup>Vivi Indah Lestari, skripsi : “ Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap *customer retention* pada PT.BNI Syariah cabang Palembang” ( Palembang: uinradenfatah, 2017), h. 49.

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis (koefisien regresi tidak signifikan ). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel dependen tersebut mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup>Vivi indah lestari, skripsi : “ Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap *customer retention* pada pt.bni syariah cabang palembang” ( Palembang: uin raden fatah, 2017), h. 50.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Bank Mandiri Syariah KCP Bandar Lampung**

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas

diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infra strukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam

kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.<sup>58</sup>

## **B. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri**

### **a. VISI**

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

#### **1) Untuk Nasabah:**

- a) BSM merupakan Bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan.

#### **2) Untuk Pegawai:**

- a) BSM merupakan Bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

#### **3) Untuk Investor:**

- a) Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

### **b. MISI**

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

---

<sup>58</sup><https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/sejarah>(Deakses, 8 Oktober 2020)

- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah Universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.<sup>59</sup>

### C. Produk Perusahaan

#### 1. Produk penghimpun dana

Yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *Al-Wadiah* dan dalam bentuk investasi menggunakan akad *al-Mudharabah*. *Al- wadiah* adalah akad antara pihak pertama dan pihak kedua (bank), dimana pihak pertama menitipkan dananya kepada bank, dan pihak kedua bank menerima titipan untuk dapat dimanfaatkan titipan pihak pertama dalam transaksi yang diperbolehkan dalam Islam. *Al-Mudharabah* merupakan akad antara pihak yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya dengan pihak kedua atau bank yang menerima dana yang mana pihak mudharib dapat memanfaatkan dana yang diinvestasikan oleh shahibul maal untuk tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam syariah Islam.

- a) Tabungan BSM
- b) BSM Tabunganku
- c) BSM Simpatik
- d) BSM Tabungan berencana
- e) BSM tabungan Investa Cendekia

---

<sup>59</sup><https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/visi-misi>(Diakses, 08 Oktober 2020 )



- f) Tabungan Maabrur
- g) BSM Tabungan Pensiun
- h) BSM Deposito
- i) BSM Giro

## 2. Produk Penyaluran Dana

Menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. Bank syariah akan memperoleh *return* atau dana yang disalurkan. *Return* atau pendapatan yang diperoleh bank atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya.

- a) BSM Implan
- b) BSM Pembiayaan Kepada Pensiunan
- c) BSM Griya
- d) BSM Gadai Emas
- e) BSM Cicil Emas
- f) BSM Oto
- g) BSM Haji & Umrah
- h) BSM Usaha Mikro

## 3. Produk Pelayanan Jasa Bank

Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank syariah yang ketiga.<sup>60</sup>

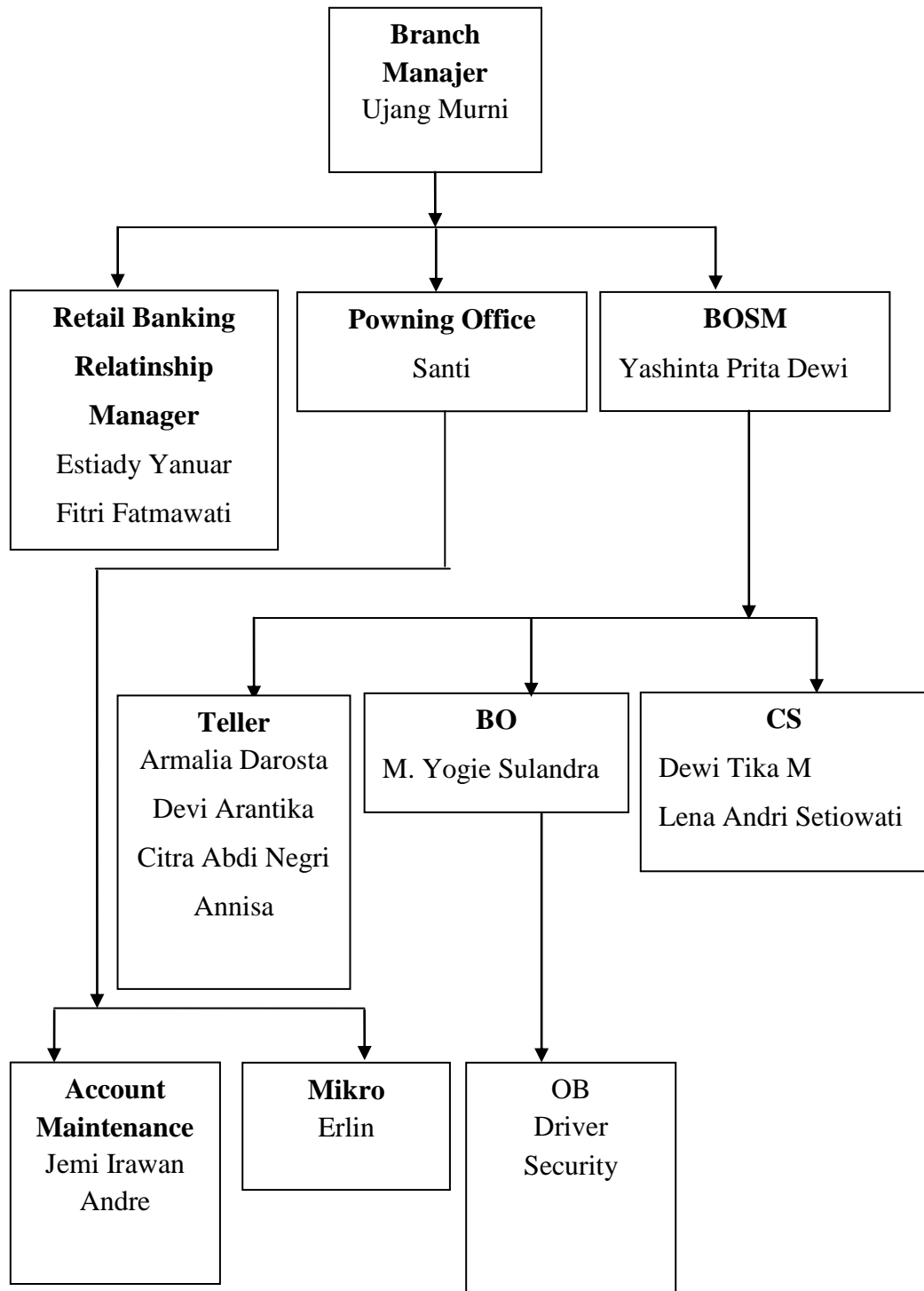
- a) BSM Card
- b) BSM Sentra Bayar
- c) BSM Sms Banking
- d) BSM Mobile Banking
- e) BSM Net Banking
- f) Pembayaran Melalui Menu Pemindahbukuan di ATM (PPBA)
- g) BSM Jual Beli Valas<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup>Ismail, *Perbankan Syaiah*, (Jakarta : Kenana, 2011), h. 42

<sup>61</sup>Bank Syariah Mandiri, diakses tanggal 15 Desember 2020

### C. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Lampung



#### D. Karakteristik Responden

Sebelum melakukan analisis terlebih dahulu peneliti akan memaparkan beberapa karakteristik mengenai Responden. Responden pada penelitian ini yaitu nasabah yang menggunakan produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung. Untuk Jumlah Responden sendiri peneliti mengambil Jumlah Responden sebesar 80 Responden pada tempat penelitian.

Berikut responden dari nasabah yang menggunakan tabungan Bank Syariah Mandiri KCP kedaton Bandar Lampung dan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur, agama, pendidikan terakhir, pekerjaan, lama menjadi nasabah.

**Tabel 4.1**  
**Jenis kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton	
	Jumlah	Persentase
Laki-laki	41	51,3 %
Perempuan	39	48,8 %
Total	80	100 %

*Sumber : Data diolah, 2020*

Dari tabel 4.1 diatas untuk responden Bank Syariah Mandiri KCP kedaton Bandar Lampung sebagian besar adalah laki-laki dengan jumlah 41 orang atau presentase 51,3 % dan jumlah responden perempuan sebanyak 39 anggota dengan presentase 48,8 %.

**Tabel 4.2**  
**Umur Responden**

Usia	Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton	
	Jumlah	Persentase
20-29	37	46,3%
30-40	25	31,3%
> 40	18	22,5%
Total	80	100%

*Sumber : Data diolah, 2020*

Dari tabel 4.2 diatas diketahui bahwa usia responden nasabah yang menggunakan produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung sebagian besar berusia 20-29 tahun yaitu dengan jumlah 37 nasabah dengan Presentase 46,3 % dan sisanya yaitu responden dengan usia 30-40 tahun dengan jumlah 25 nasabah dengan presentase 31,3 dan usia > 40 tahun dengan jumlah 28 nasabah dengan presentase 22,5 %.

**Tabel 4.3**  
**Agama Responden**

Agama	Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton	
	Jumlah	Persentase
Muslim	80	100%
Total	80	100%

*Sumber : Data diolah, 2020*

Dari tabel 4.3 diatas diketahui bahwa agama responden nasabah yang menggunakan produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Lampung Semua adalah muslim dengan jumlah 80 nasabah dengan presntase 100 %.

**Tabel 4.4**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

Pendidikan Terakhir	Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton	
	Jumlah	Persentase
SMP	1	1,3%
SMA	33	41,3%
Sarjana	46	57,5%
Total	80	100%

*Sumber : Data diolah, 2020*

Dari tabel 4.4 diatas diketahui bahwa diatas diketahui bahwa agama responden nasabah yang menggunakan produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Lampung sebagian besar adalah sarjana dengan jumlah 46 nasabah dengan presentase 57,3% dan sisanya yaitu responden dengan pendidikan terakhir SMA dengan jumlah 33 nasabah dengan presentase 41,3% dan responden pendidikan terakhir SMP dengan jumlah 1 dengan Presentase 1,3%.

**Tabel 4.5**  
**Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton	
	Jumlah	Persentase
Wirausaha	18	22,5%
Petani	4	5%
PNS	12	15%
Lainnya	46	57,5
Total	80	100%

*Sumber : Data diolah, 2020*

Dari tabel 4.5 diatas diketahui bahwa diatas diketahui bahwa agama responden nasabah yang menggunakan produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Lampung sebagian besar adalah lainnya dengan jumlah 46

nasabah dengan presentase 57,5% dan sisanya yaitu responden dengan jenis pekerjaan wirausaha dengan jumlah 18 dengan presentase 22,5% , PNS dengan jumlah 12 nasabah dengan presentase 15% dan jenis pekerjaan petani dengan jumlah 4 dengan presentase 5%.

**Tabel 4.6**  
**Lama Menjadi Nasabah Responden**

Lama Menjadi Nasabah	Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton	
	Jumlah	Presentase
< 1 Tahun	44	55%
2-5 tahun	34	42,5%
5-10 Tahun	1	1,3%
< 10 Tahun	1	1,3%

*Sumber : Data diolah, 2020*

Dari tabel 4.6 diatas diketahui bahwa lama menjadi nasabah responden yang menggunakan produk tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Lampung sebagian besar adalah > 1 tahun Berjumlah 44 nasabah dengan Presentase 55% dan sisanya yaitu responden dengan Lama menjadi nasabah 2-5 tahun berjumlah 34 dengan presentase 42,5%, 5-10 tahun berjumlah 1 nasabah dengan presentse 1,3% dan < 10 tahun berjumlah 1 nasabah dengan presentase 1,3%.

## **E. Hasil Analisis Penelitian**

### **1. Uji Validitas**

#### **a. Variabel Etika Bisnis Islam**

untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Untuk *degree of freedom* (df) = n-2 dalam hal ini jumlah sampel. Pada kasus ini besar nya df dapat

dihitung  $80-2$  atau  $df = 78$  dengan  $\alpha 0,05$  maka di dapat  $r_{tabel} 0,2199$ , jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Berikut ini pengujian validitas pada variabel Etika Bisnis Islam (X).

Hasil nya bisa dilihat pada tabel berikut

**4.7**  
**Hasil Uji Validitas Etika Bisnis Islam**

No	Keterangan	person corellation $r_{hitung}$	$r_{tabel}$ $(\alpha=5\%)$	Hasil Validitas
1	X.1	0,792	0,2199	Valid
2	X.2	0,814	0,2199	Valid
3	X.3	0,813	0,2199	Valid
4	X.4	0,876	0,2199	Valid
5	X.5	0,802	0,2199	Valid
6	X.6	0,690	0,2199	Valid

*Sumber : Data diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 4.7 diatas hasil pengolahan data variabel Etika Bisnis Islam (X) menunjukan bahwa seluruh pearson correlation memiliki nilai lebih besar  $r_{tabel} 0,2199$ , artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid. Sehingga pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikut nya.

#### b. Variabel Customer Retention

untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dalam hal ini jumlah sampel. Pada kasus ini besar nya  $df$  dapat dihitung  $80-2$  atau  $df = 78$  dengan  $\alpha 0,05$  maka di dapat  $r_{tabel} 0,2199$ ,



jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Berikut ini pengujian validitas pada variabel Customer Retention (Y).

Hasilnya bisa dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Customer Retention**

No	Keterangan	person corellation $r_{hitung}$	$r_{tabel}$ ( $\alpha=5\%$ )	Hasil Validitas
1	Y.1	0,539	0,2199	Valid
2	Y.2	0,586	0,2199	Valid
3	Y.3	0,655	0,2199	Valid
4	Y.4	0,736	0,2199	Valid
5	Y.5	0,738	0,2199	Valid
6	Y.6	0,601	0,2199	Valid

*Sumber : Data diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil pengolahan data variabel Customer Retention (Y) menunjukkan bahwa seluruh pearson correlation memiliki nilai lebih besar  $r_{tabel}$  0,2199, artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid. Sehingga pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat dilihat dari besarnya nilai Cronbach alpha digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach alpha lebih besar dari 0,60

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabelitas**

No	Keterangan	Cronbach Alpha	Nilai Alfa	Hasil Reliabilitas
1	Etika Bisnis Islam (X)	0,880	0,60	Reliabel
2	<i>Customer Retention</i> (Y)	0,715	0,60	Reliabel

*Sumber : Data diolah, 2020*

Berdasarkan 4.9 diatas bahwa seluruh nilai Cronbach alpha sebesar 0,880 untuk variabel Etika Bisnis Islam dan 0,715 untuk variabel *Customer Retention*. Karna seluruh nilai Cronbach alpha mencapai lebih besar dari 0,60 maka demikian dapat dikatakan bahwa seluruh instrumen Reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

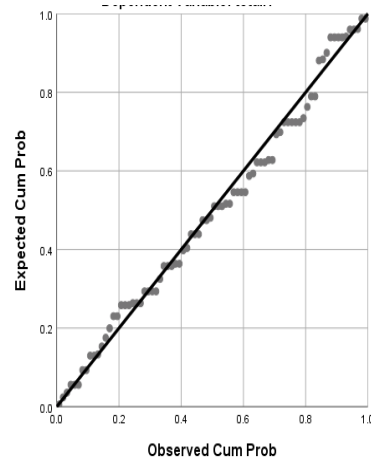
#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah data model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Model regresi yang baik adalah distribusi data normal untuk dan mendekati normal. Cara yang ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik P.P Plot dengan melihat penyebaran datanya. Jika data menyebar mengikuti garis diagonal dan mengikuti arahnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas menggunakan grafik dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas**

**Dependen Variabel Customer Retention**



*Sumber : Data diolah, 2020*

Berdasarkan ada gambar 4.10 dapat dilihat bahwa data tersebar mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan penyebaran data berdistribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah dipenuhi.

Selain dengan grafik, uji normalitas juga dapat menggunakan uji *kolmogrov-smirnov*. Dalam pengujian ini data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi  $> 0,05$ . Hasil uji normalitas menggunakan *kolmogrov-smirnov* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.11**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07291411
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.066
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		

*Sumber : Data diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat nilai Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi sebesar 0,200 dimana  $> 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

**b. Uji Linearitas**

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji normalitas dilihat dari nilai sig. Jika nilai Sig  $> 0,05$  maka model regresi adalah linier dan jika  $< 0,05$  maka tidak dapat hubungan linier. Hasil Uji linearitas dapat dilihat paa tabel dibawah ini :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Linieritas**

ANOVA Table						
			Sum of Squares	Df	Mean Square	Sig.
Customer Retention* Etika Bisnis Islam	Between Groups	(Combined)	131.263	10	13.126	.005
		Linearity	105.527	1	105.527	.000
		Deviation from Linearity	25.736	9	2.860	.768
	Within Groups		313.725	69	4.547	
	Total		444.988	79		

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diperoleh nilai Sig linearity sebesar 0,763 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel Etika Bisnis Islam dan *Customer retention*.

#### 4. Uji regresi linier sederhana

Uji Regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh Etika Bisnis Islam (X) dengan Customer Retention (Y).

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.566	2.210		6.591	.000
	Etika bisnis Islam	.406	.083	.487	4.924	.000

a. Dependent Variable: total.Y

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat diketahui nilai *constant* (a) sebesar 14.566 sedangkan nilai Etika Bisnis Islam (b/koeffisien regresi) sebesar 0,406 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis

$$Y = a + bX$$

$$Y = 14.556 + 0,406X$$

Dimana :

Y = Customer retention

a = konstanta (14.556)

b = koefisien regresi (0,406)

X = Etika bisnis Islam

**Persamaan tersebut dapat di jelaskan**

- a. konstanta (a) sebesar 14.556 dengan nilai positif. Dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa Customer retention akan mengalami kenaikan 14.556.
- b. variabel Etika Bisnis Islam memiliki koefisiensi sebesar 0,406 nilai regresi positif. Dengan hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai etika bisnis Islam, maka nilai customer retention bertambah 0,406. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh variabel variabel etika bisnis Islam (X) terhadap Customer retention (Y) adalah positif.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengukur seberapa jauh mana model dalam menerangkan variabel-variabel dependen nilai koefisiensi determinasi mempunyai interval nol sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika  $R^2 = 1$ , berarti besarnya presentase sumbangan X terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hasil Uji koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.14**  
**Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.487 <sup>a</sup>	.237	.227	2.086
a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis Islam				
b. Dependent Variable: Customer Retention				

*Sumber : Data diolah, 2020*

Berdasarkan hasil diketahui bahwa pada tabel 4.14 diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,237% atau 23,7% artinya kombinasi variabel independen (X) yaitu Etika bisnis Islam terhadap variabel dependen (Y) Customer retention 23,7%. Hal ini berarti kombinasi variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependennya yaitu Customer retention, sisanya sebesar 76,3% ( $100\% - 23,7\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial (individu) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan tingkat signifikan masing-masing variabel independen, jika memiliki tingkat signifikan  $> 0,05$  maka variabel tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil pengolahan data SPSS pada tabel 4.14 dapat diketahui hasil uji t Parsial sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.566	2.210		6.591	.000
	Etika Bisnis Islam	.406	.083	.487	4.924	.000
a. Dependent Variable: <i>Customer retention</i>						

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.15 diatas hasil pengolahan data variabel Etika Bisnis Islam nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  maka dapat diketahui bahwa variabel Etika bisnis Islam menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.924 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,664. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,924 > 1664$ ). Hal ini mengindikasi bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan berarti Etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap *Customer retention*.



## F. Pembahasan pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa Etika bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap *customer retention*. Hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian uji t (Parsial) bahwa variabel Etika Bisnis Islam memiliki sifat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat diketahui bahwa variabel etika bisnis Islam menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,924 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,664. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,924 > 1,664$ ). Sehingga hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Vivi Indah Lestari (2017), etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap Customer retention..

Koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel dependen. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh angka sebesar 0,237 atau 23,7% artinya kombinasi variabel independen (X) yaitu etika bisnis Islam terhadap variabel dependen (Y) *Customer retention* 23,7%. Hal ini berarti kombinasi variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependennya yaitu *Customer retention*, sisa nya sebesar 76,3% ( $100\% - 23,7\%$ ) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Hasil penelitian regresi linier sederhana diketahui bahwa nilai koefisiensi sebesar 14.566 dengan nilai positif. Dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa *Customer retention* mengalami kenaikan 14.566, variabel Etika Bisnis Islam memiliki koefisien sebesar 0,406. Hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai etika bisnis Islam, maka nilai

*Customer retention* bertambah sebesar 0,406. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh variabel Etika bisnis Islam (X) terhadap *Customer retention* (Y) adalah positif.

penerapan etika bisnis Islam terhadap retensi pelanggan pada bank. Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan pelanggan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Etika bisnis Islam sangat berpengaruh terhadap *Customer retention* karna karyawan dan staf Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung telah memberikan kualitas pelayanan yang ramah dan sopan terhadap semua nasabah. Selain itu Bank Syariah Mandiri KCP kedaton memberikan komitmen dan kepercayaan yang baik dan penanganan keluhan yang cepat ditangani tanpa membedakan antara nasabah yang satu dengan nasabah yang lainnya yang membuat nasabah terkesan dan akan memutuskan untuk tetap bertahan menjadi nasabah menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP kedaton Kota Bandar Lampung. Semakin banyak nasabah yang bertahan dalam sebuah bank maka bank akan mendapatkan profitabilitas yang tinggi pada perusahaan

perlu adanya upaya untuk meningkatkan customer retention (mempertahankan nasabah) karena customer retention adalah kunci profitabilitas.

Dari hasil yang diperoleh disini adanya kesenjangan antara nasabah dan juga pegawai bank yaitu bisa di lihat dari persepsi nasabah yang menyatakan kurang setuju hal ini dibuktikan dari tanggapan responden di jawab melalui kuesioner oleh peneliti

Tabel Persepsi Nasabah Bank Syariah Mandiri	
<b>Tauhid</b>	
sangat setuju	40
Setuju	37
kurang setuju	3
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>Kebebasan</b>	
sangat setuju	35
Setuju	40
kurang setuju	5
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>Tanggung Jawab</b>	
sangat setuju	48
Setuju	32
kurang setuju	0
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>keseimbangan</b>	
sangat setuju	34
Setuju	43
kurang setuju	3
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>Kejujuran</b>	
sangat setuju	35
Setuju	36
kurang setuju	7
tidak setuju	2

sangat tidak setuju	0
<b>Komitmen</b>	
sangat setuju	45
Setuju	23
kurang setuju	12
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>Kepercayaan</b>	
sangat setuju	22
Setuju	52
kurang setuju	6
tidak setuju	0
sangat tidak setuju	0
<b>Kepuasan</b>	
sangat setuju	23
Setuju	53
kurang setuju	3
tidak setuju	1
sangat tidak setuju	0

Dari hasil tabel di atas bisa dilihat adanya beberapa nasabah yang kurang dengan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah mandiri sedangkan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti memperoleh jawaban bahwa bank syariah mandiri sendiri sudah menerapkan semua nya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Kejujuran sangat berpengaruh terhadap Customer retention hal ini bisa dilihat dari semakin besar tingkat kejujuran seorang pegawai bank maka akan semakin baik reputasi bank dan juga persepsi seorang nasabah terhadap bank yang digunakan hal ini bisa dilihat dari banyak nya jumlah nasabah yang menggunakan jasa dan menabung pada bank syariah mandiri.

Untuk mengetahui kejujuran pelanggan untuk di katakan patuh yaitu bisa dilihat dari persentase pembelian terhadap produk atau jasa yang disediakan bank syariah mandiri semakin sering nasabah tersebut menggunakan jasa atau produk yang sama berkali kali ini menunjukkan kejujuran dari nasabah itu sendiri.

Selain itu juga bisa dilihat dari biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk tersebut secara berulang-ulang ini juga bisa menunjukkan bahwa nasabah tersebut jujur dalam menggunakan produk atau jasa.

Perasaan suka terhadap produk dan jasa ini juga bisa menunjukkan kejujuran nasabah itu sendiri karna semakin tinggi nasabah tersebut dengan produk dan jasa layanan bank syariah mandiri ini menunjukan bahwa nasabah tersebut setia terhadap bank syariah mandiri.

**Tabel 4.16**  
**Distribusi jawaban responden Berdasarkan**  
**Tauhid**

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	setuju	Kurang setuju	tidak setuju	Sangat tidak setuju
Pegawai BSM kedaton Bandar Lampung melayani nasabah dengan ramah dan sopan	40	37	3	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

--	--

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa 40 sangat setuju dan 37 orang menyatakan setuju dan 3 orang menyatakan kurang setuju dari ini bisa disimpulkan bahwa bank syariah mandiri di Bandar Lampung menunjukkan adanya pengaruh dari tauhid terhadap etika bisnis dalam mempertahankan pelanggan.

**Tabel 4.17**  
**Distribusi jawaban responden Berdasarkan kebebasan**

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Pegawai BSM kedaton Bandar Lampung menyapa setiap nasabah yang datang	35	40	5	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil di atas menunjukan bahwa 40 orang menyatakan sangat setuju dan 35 orang menyatakan setuju sedangkan 5 orang menyatakan tidak setuju dari hasil data tersebut bisa menunjukan bahwa kebebasan memiliki pengaruh yang berkaitan dengan etika bisnis Islam dalam mempertahankan pelanggan di Bank syariah mandiri Bandar Lampung.

**Tabel 4.18**  
**Distribusi jawaban responden Berdasarkan**  
**Tanggung jawab**

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Pegawai BSM Bandar Lampung slalu menjaga rahasia nasabah	48	32	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil data di atas menunjukkan bahwa 48 orang dan 32 menyatakan setuju dari sini menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari tanggung jawab tersebut dengan etika bisnis Islam dalam mempertahankan pelanggan di bank syariah mandiri karena dengan tanggung yang baik maka dapat memberikan respon yang baik pada nasabah.

**Tabel 4.19**  
**Distribusi jawaban responden Berdasarkan**  
**Keseimbangan (keadilan)**

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Pegawai BSM kedaton kota Bandar Lampung Selau bekerja dengan ikhlas dalam	34	43	3	0	0

mengabdikan di BSM yang berupa melayani dengan baik tanpa pamrih					
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil di atas menunjukkan bahwa 34 orang menyatakan sangat setuju dan 43 orang menyatakan setuju sedangkan 3 orang menyatakan kurang setuju dari hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari keadilan dengan etika bisnis Islam dalam mempertahankan pelanggan hal ini ditunjukkan dari banyaknya respon nasabah yang mendukung atas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah mandiri.

**Tabel 4.20**  
**Distribusi jawaban responden Berdasarkan Kejujuran**

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Karyawan BSM KCP kedaton kota Bandar Lampung selalu berlaku baik menurut Syari'at Islam seperti (ramah,sopan,dan satun	37	34	7	2	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				



Dari hasil data di atas menunjukkan 37 orang sangat setuju dan 34 orang menyatakan setuju sedangkan 7 menyatakan kurang setuju sedangkan 2 orang lagi menyatakan tidak setuju dari hasil ini menunjukkan bahwa kejujuran masih menjadi sebuah hal yang masih menjadi permasalahan melihat dari beberapa responden yang memberikan respon kurang baik terhadap pertanyaan ini sehingga diharapkan bank syariah mandiri diharapkan untuk lebih baik lagi dalam segi kejujuran.

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Karyawan BSM kedaton kota Bandar Lampung dalam melaksanakan pekerjaan memakai pakain sopan hijab sopan sesuai syariat Islam.	41	37	1	1	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil diatas menunjukkan 41 orang menyatakan sangat setuju dan 37 orang menyatakan setuju sedangkan 1 orang menyatakan kurang setuju dan 1 orang menyatakan tidak setuju maka dari itu menunjukkan bahwa kejujuran dalam hal ini berkaitan dengan mempertahankan yaitu melaksanakan pakaian yang sopan dan sesuai dengan syariat Islam.

**Tabel 4.21**  
**Distribusi jawaban responden Berdasarkan**  
**komitmen**

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Alur pelayanan BSM kedaton Bandar Lampung mudah dan tidak mempersulit nasabah	21	47	12	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil diatas menunjukan bahwa 21 orang menyatakan sangat setuju dan 47 orang menyatakan setuju sedangkan 12 orang menyatakan kurang setuju hal ini menunjukan bahwa pelayanan berkaitan dengan mempertahankan pelanggan dikarenakan pelayanan yang baik akan memberikan respon yang baik dari nasabah yang menggunakan jasa pelayanan bank syariah mandiri.

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Persyaratan pelayanan BSM KCP kedaton Kota Bandar Lampung mudah dan Tidak memberatkan nasabah	24	54	1	1	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil diatas menunjukan bahwa 24 menyatakan sangat setuju dan 54 menyatakan setuju sedangkan 1 orang menyatakan kurang setuju dan 1 orang menyatakan tidak setuju hal ini menunjukan bahwa adanya kaitan antara persyaratan pelayanan dalam mempertahankan pelanggan melihat dari beberapa hasil respon dari nasabah sendiri disini masih adanya beberapa nasabah yang belum merasakan pelayanan tersebut.

**Tabel 4.22**  
**Distribusi jawaban responden Berdasarkan kepercayaan**

pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Pegawai BSM kedaton Bandar Lampung bersikap adil dalam melayani nasabah	22	52	6	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil diatas menunjukan bahwa 22 menyatakan sangat setuju dan 52 menyatakan setuju sedangkan 6 orang menyatakan kurang setuju dari hasil ini menunjukkan bahwa ada keterkaitan antara sikap adil dengan mempertahankan pelanggan dimana penerapan keadilan yang dapat dirasakan oleh nasabah akan memperoleh hasil respon yang baik dari nasabah itu sendiri.

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Pegawai BSM kedaton Bandar Lampung tidak membedakan status atau golongan nasabah	32	39	7	2	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa 32 orang menyatakan sangat setuju dan 39 orang menyatakan setuju sedangkan 7 orang menyatakan kurang setuju dan 2 orang menyatakan tidak setuju hal ini menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara tidak membedakan status atau golongan terhadap mempertahankan pelanggan itu sendiri hal ini ditunjukkan dari beberapa hasil respon dari nasabah yang menunjukkan bahwa masih ada beberapa nasabah yang merasakan hal tersebut.

**Tabel 4.23**  
**Distribusi jawaban responden Berdasarkan kepuasan**

Peratanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
BSM kedaton kota Bandar Lampung memiliki fasilitas	23	53	2	2	0

memadai					
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa 23 orang menyatakan sangat setuju dan 53 orang menyatakan setuju sedangkan 2 orang menyatakan kurang setuju dan 2 menyatakan sangat tidak setuju hal ini menunjukkan adanya keterkaitan antara fasilitas yang dimiliki bank syariah mandiri terhadap mempertahankan pelanggan hal ini ditunjukan bahwa hanya beberapa responden yang merespon kurang baik di dalam hal ini.

Pertanyaan	Tanggapan				
	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Lingkungan kantor BSM kedaton Bandar Lampung sudah bersih sehingga nyaman ketika berada di BSM	28	47	5	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>				

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa 28 menyatakan sangat setuju dan 47 menyatakan setuju sedangkan 5 orang menyatakan kurang setuju hal ini menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara lingkungan dengan mempertahankan pelanggan hal ini ditunjukan dari hasil respon nasabah yang hanya 5 orang yang merespon kurang baik dalam hal ini.

Dilihat dari beberapa responden di atas menunjukkan bahwa bank syariah mandiri Bandar Lampung masih perlu memperbaiki dari beberapa indikator disini yaitu dari segi kebebasan, kejujuran, dan kepuasan hal ini menunjukkan bahwa disini masih cukup lumayan adanya respon atas ketidakpuasan nasabah pada beberapa indikator ini sehingga ini menjadi sebuah gambaran agar bank syariah mandiri untuk bisa lebih menekan kan lagi pada indikator kebebasan, kejujuran dan kepuasan nasabah sendiri.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan dari penelitian pengaruh etika bisnis Islam terhadap customer retention sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh etika binsnis Islam terhadap Customer Retention hal ini bisa di tunjukkan dari hasil regresi linier sederhana bahwa nilai koefisiensi sebesar 14.566 dengan nilai positif. Dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa *Customer retention* mengalami kenaikan 14.566, variabel Etika Bisnis Islam memiliki koefisien sebesar 0,406. Hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai etika bisnis Islam, maka nilai *Customer retention* bertambah sebesar 0,406. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh variabel etika bisnis Islam (X) terhadap customer retention (Y) adalah positif.

Terdapat pengaruh yang signifikan etika bisnis Islam terhadap customer retention hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan data (uji t) yaitu nilai sig 0,000 dimana  $< 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $4,924 > 1,664$ ) maka secara parsial terdapat pengaruh positif antara variabel etika bisnis Islam terhadap customer retention pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton Kota Bandar Lampung.

Dari hasil ini Artinya Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung telah menerapkan prinsip dalam etika bisnis Islam seperti keadilan, kebebasan, tanggung jawab, dan kebenaran. Bank syariah mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung memberikan pelayanan yang memadai serta berkomitmen menjaga rahasia nasabah dengan baik dan menjaga kepercayaan nasabah dengan baik sehingga nasabah merasa nyaman dan bertahan pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung. Hal ini bisa dilihat dari penggunaan produk dan penggunaan jasa yang sama setiap saat pada bank syariah mandiri. Namun dalam hal ini bank syariah mandiri masih perlu memperhatikan lagi dari segi kebebasan kejujuran dan kepuasan disini masih terlihat adanya beberapa nasabah yang meberikan respon kurang baik dengan begitu hal ini dapa menjadi hal yang harus lebih di perhatikan lagi untuk mepertahankan pelanggan agar lebih baik.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian maka saran yang dapat peneliti berikan yaitu :

1. bagi Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung diharapkan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang mendorong nasabah untuk tetap menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton kota Bandar Lampung . Karena tidak hanya indikator kesatuan (*Tauhid/Unity*), Keadilan (*'adl*), Kehendak bebas (*FreeWill*), Tanggung Jawab (*Responsibility*), keseimbangan, kejujuran, Kebenaran , kepuasan



komsumen ( Customer Satisfaction), Kepercayaan (Trust), komitmen (Commitment). Di karena kan masih adanya beberapa persepsi dari beberapa nasabah yang masih kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. bagi pembaca atau peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih memberikan penjas yang lebih rinci supaya penelitian ini akan dapat lebih berkembang dan dapat sangat bermanfaat sebagai sumber informasi dan juga bermanfaat sebagai ilmu pengetahuan dalam etika berbisnis sesuai dengan syariat Islam. Dan diharapkan menggunakan tehnik analisis yang berbeda agar dapat menciptakan penemuan yang baru dalam penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### AL-Qur'an

AL-Baqarah (2): (275)

Al-Anfal (8) : (27)

Al-Ahzab (33) : (70)

### Jurnal

Afrida Putritama, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah*, Jurnal Nominal, Vol. VII No.1 tahun 2018.

Ariesya Aprilia, "Customer Retention dan Customer Relationship: Strategi pemasaran potensial" Jurnal manajemen maranatha vol 4, November 2004

Desy Astrid Anindya, " Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua". *At-Tawassuth*, Vol. II, No.2, 2017

Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". Jurnal UmmulQura, Vol. VII No. 1, Maret 2016.

Nira Niswahtun Qonitat, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, *Switching Barrier* Dan Kepercayaan Merek Terhadap *Customer Retention*"( Survey Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pelanggan Produk Merek Wardah)". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 55 No. 2, Februari 2018.

Siti Nur Latifah, *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Muhammad Saw Terhadap Customer Retention Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Internal Stakeholders*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 8 No. 1 April 2019,.

Wahyu Setia, *Influence Of Customer Relationship marketing, service quality and corporate image of the customer retention graham cindi golf semarang with*

*satisfaction as an intervening variabel*, Jurnal Managemen, Vol 2 No. 2 , 2016.

Vivi Indah Lestari, (Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap *customer retention* pada PT.BNI Syariah cabang palembang), Universitas Islam Negri raden fatah, Palembang (2017)

Metta Ehda Agusti, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention (studi pada PT BPRS Adam kota bengkulu)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri, Bengkulu (2019)

Sita Apriani, Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada PT.Al-Ijarah Finance (Alif) Cabang Mataram, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri, Mataram (2018)

Reddy Zaki Oktama, pengaruh kondisi sosial ekonomi terhadap tingkat pendidikan anak keluarga nelayan di kelurahan sugih waras kecamatan pemalang kabupaten pemalang tahun 2013, Skripsi, univesitas Negeri Semarang, (2013)

## **Buku**

Faisal Badroen, Etika Bisnis Dalam Islam, Jakarta: Prenadamedia Group.

Ahmad Mujahiddin, Hukum Perbankan Syariah, Depok: PT Rajagrafindo persada, 2016

Syahirman Yusi-Umiyati Idris, Statistika Palembang: Citrabooks Indonesia, 2010

Sugiyono, Metode Penelitian, Bandung:ALFABETA, 2018.

Khoiruddin, Etika Bisnis Dalam Islam, Bandar Lampung: LP2M, 2015.

Sugiyono, Statistik untuk penelitian, Bandung:ALFABETA, 2007.

Sugiono, Metode Penelitian dan Pengembangan, Bandung: ALFABETA, 2015.

Hasan Aedy, Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam, Bandung : ALFABETA, 2011.

Hamdi Agustin, Studi Kelayakan Bisnis Syariah, Depok : PT RajaGrafindo Persada 2017

Lukman Hakim, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam, Erlangga 2012.

Johan Arifin, Etika Bisnis Islami, Semarang : Walisongo Press, 2009.

Fandy Tjipto, Strategi pemasaran, Cet. Ketiga, Jawa Timur : Banyumedia Publishing, 2007.

Puguh Setiawan, *Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Harga dan Keluhan Pedagang terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Surakarta*, Surakarta : Naskah Publikasi, 2013.

Mulyo Budi Setiawan, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah PD. BPR Bank Pasar Kendal*, 2007.

Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Usaha* (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 35

Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2011), h. 42

Rivai, Nuruddin, *Islamic Bussines amd Economic Ethic Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.85.

Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, ( Yogyakarta: Pustaka Pelaja, 2009)

Buchari Alma, Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Edisi II*, ( Bandung : Alfabeta: 2014), h.386.

Somad Rismi dan Priansa Donni Juni, *Manajemen Komunikasi*, ( Bandung: Alfabeta, 2014), h.104.

Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis ; Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h.20.

### **Sumber Online**

<https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/sejarah>

<https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/visi-misi>

[Http://www.google.Prinsip-prinsip Dasar Etika Perbankan co.id](http://www.google.Prinsip-prinsip Dasar Etika Perbankan co.id)

# **LAMPIRAN**

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CUSTOMER  
RETENTION BANK SYARIAH MANDIRI BANDAR LAMPUNG (Studi  
Pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton Kota Bandar Lampung)

NO.Responden :

A. IDENTITAS PRIBADI

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjawab pertanyaan di bawah ini :

Berikan tanda (  $\sqrt{\phantom{x}}$  ) didepan jawaban sesuai dengan pilihan anda

1.jenis kelamin

laki laki (.....)

perempuan (.....)

2. umur

17-19 tahun (.....)

30-40 (.....)

20-29 tahun (.....)

> 40 (.....)

3. Agama

Agama Muslim (.....)

Non Muslim (.....)

4. pendidikan terakhir

SD (.....)

SMA (.....)

SMP (.....)

Sarjana (.....)

Diploma (.....)

5. pekerjaan/profesi

Petani (.....)

Wirausaha (.....)

PNS (.....)

lainnya (.....)

6. lama menjadi anggota/nasabah BSM kedaton bandar lampung

< 1 th (.....)

5-10 th (.....)

2-5 th (.....)

< 10 th (.....)

## B.PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Berikan tanda (X) pada kolom Bapak/Ibu/Saudara/I.Pilih salah satu butir pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya pada kolom,ketentuan penomoran sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

### A.ETIKA BISNIS ISLAM

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		SS	S	KS	TS	STS
Tauhid						
1	Pegawai BSM Kedaton Bandar Lampung melayani nasabah dengan ramah dan sopan.					
Kebebasan						
2	Pegawai BSM kedaton Bandar Lampung menyapa setiap nasabah yang datang.					
Tanggung Jawab						
3	Pegawai BSM kedaton Bandar Lampung selalu menjaga rahasia nasabah					



<b>Keseimbangan</b>						
4	Pegawai BSM kedaton Kota Bandar Lampung selalu bekerja dengan Ikhlas dalam mengabdikan di BSM yang berupa melayani dengan baik tanpa pamrih					
<b>Kejujuran</b>						
5	Karyawan BSM KCP Kedaton Kota Bandar Lampung selalu berlaku baik menurut syari'at Islam seperti (ramah, sopan dan santun)					
6	Karyawan BSM KCP Kedaton Kota Bandar Lampung dalam melaksanakan pekerjaan memakai pakaian sopan dan hijab sopan sesuai syariat Islam					

## B. COSTUMER RETENTION

No	Petanyaan	Tanggapan				
		SS	S	KS	TS	STS
Komitmen						
1	Alur pelayanan BSM kedaton Bandar Lampung mudah dan tidak mempersulit nasabah.					
2	Persyaratan pelayanan BSM KCP kedaton Bandar Lampung mudah dan tidak memberatkan nasabah.					
Kepercayaan						
3	Pegawai BSM kedaton Bandar Lampung bersikap adil dalam melayani nasabah					
4	Pegawai BSM kedaton Bandar Lampung tidak membedakan status atau golongan nasabah					
Kepuasan						
5	BSM kedaton Bandar Lampung memiliki fasilitas yang memadai.					
6	Lingkungan kantor BSM kedaton Bandar Lampung sudah bersih, sehingga nyaman ketika berada di BSM					

.....TERIMA KASIH.....

### Tabulasi Kuesioner

No	Etika Bisnis Islam (X)							Customer Retention (Y)						
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	Total X	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total Y
1	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>
2	3	3	4	3	3	4	<b>20</b>	5	5	3	3	4	4	<b>24</b>
3	5	5	4	4	3	4	<b>25</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	4	5	5	4	4	3	<b>25</b>
5	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	3	3	<b>21</b>
6	3	3	4	3	4	4	<b>21</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
7	5	4	5	5	4	4	<b>27</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
8	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	5	4	5	5	5	<b>28</b>
9	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	4	4	5	4	5	<b>27</b>
10	4	4	4	4	3	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
11	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>
12	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>	5	4	4	4	4	5	<b>26</b>
13	4	4	4	4	2	4	<b>22</b>	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>
14	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	5	3	4	4	<b>24</b>
15	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	3	4	4	3	2	3	<b>19</b>
16	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	5	4	5	4	4	<b>26</b>
17	4	4	5	4	4	5	<b>26</b>	4	2	4	4	2	5	<b>21</b>
18	5	4	5	5	5	4	<b>28</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
19	4	4	5	4	4	5	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
20	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	3	5	3	5	3	4	<b>23</b>
21	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>
22	3	4	4	3	4	4	<b>22</b>	3	4	4	5	4	5	<b>25</b>
23	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	3	4	5	5	5	5	<b>27</b>
24	4	4	5	5	5	5	<b>28</b>	5	5	4	4	4	4	<b>26</b>
25	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	4	5	4	3	<b>24</b>
26	5	4	5	4	4	4	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
27	4	4	5	4	4	5	<b>26</b>	4	4	3	3	5	4	<b>23</b>
28	4	4	4	4	2	4	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
29	5	5	4	5	5	5	<b>29</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>

30	5	5	4	4	5	5	<b>28</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
31	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	3	4	3	4	4	<b>22</b>
32	4	4	5	4	5	4	<b>26</b>	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
33	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	5	5	5	5	<b>28</b>
34	4	4	5	4	3	4	<b>24</b>	5	5	4	5	4	4	<b>27</b>
35	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	5	4	4	4	4	<b>25</b>
36	4	4	5	4	4	5	<b>26</b>	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
37	4	5	5	5	5	5	<b>29</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
38	5	3	4	4	4	4	<b>24</b>	3	4	4	2	4	4	<b>21</b>
39	5	4	5	5	5	5	<b>29</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
40	5	5	5	5	5	4	<b>29</b>	4	4	5	5	5	4	<b>27</b>
41	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	5	4	5	4	5	<b>28</b>
42	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	4	5	4	4	4	<b>26</b>
43	5	5	5	4	5	5	<b>29</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
44	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	4	5	5	5	5	<b>29</b>
45	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	5	4	5	4	<b>26</b>
46	4	4	4	4	5	2	<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
47	5	5	5	5	5	4	<b>29</b>	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
48	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	4	5	5	5	5	<b>28</b>
49	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	3	4	4	5	4	5	<b>25</b>
50	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	5	4	5	4	4	<b>26</b>
51	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
52	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	5	4	5	5	5	<b>28</b>
53	5	5	5	5	5	4	<b>29</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
54	4	5	5	5	5	5	<b>29</b>	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>
55	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	5	5	4	4	4	<b>26</b>
56	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
57	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	3	5	4	5	5	5	<b>27</b>
58	5	5	5	5	3	4	<b>27</b>	5	5	5	5	4	4	<b>28</b>
59	4	4	5	4	5	5	<b>27</b>	3	4	4	4	5	4	<b>24</b>
60	4	4	4	4	4	5	<b>25</b>	5	4	5	5	5	4	<b>28</b>
61	5	5	5	4	4	5	<b>28</b>	4	4	4	4	5	5	<b>26</b>

62	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
63	5	5	5	5	5	4	<b>29</b>	5	5	4	4	4	5	<b>27</b>
64	4	4	5	4	4	5	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
65	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
66	4	4	4	4	4	5	<b>25</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
67	5	4	5	5	5	5	<b>29</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
68	5	4	5	4	5	5	<b>28</b>	5	4	5	5	4	4	<b>27</b>
69	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>
70	5	5	5	4	4	4	<b>27</b>	4	5	4	4	4	5	<b>26</b>
71	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
72	4	5	5	5	4	5	<b>28</b>	4	4	5	5	4	4	<b>26</b>
73	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
74	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
75	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>	4	5	5	5	5	4	<b>28</b>
76	5	3	4	4	4	4	<b>24</b>	3	4	4	2	4	4	<b>21</b>
77	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	3	4	4	4	4	5	<b>24</b>
78	4	5	5	4	4	5	<b>27</b>	3	4	4	4	4	5	<b>24</b>
79	5	4	5	4	4	4	<b>26</b>	4	4	4	3	4	5	<b>24</b>
80	4	3	4	4	4	5	<b>24</b>	4	5	5	5	5	5	<b>29</b>

Pertanyaan- pertanyaan saat wawancara

1. Apakah pegawai BSM kedaton Bandar Lampung melayani nasabah dengan ramah dan sopan ?
2. Apakah pegawai BSM kedaton Bandar Lampung menyapa setiap nasabah yang datang ?
3. Apakah pegawai BSM kedaton Bandar Lampung Selalu menjaga rahasia nasabah?
4. Apakah pegawai BSM kedaton kota Bandar Lampung selalu bekerja dengan ikhlas dalam mengabdikan di BSM yang berupa melayani nasabah dengan baik tanpa pamrih?
5. Apakah karyawan BSM KCP kedaton kota Bandar Lampung selalu berlaku baik menurut syariat Islam seperti (ramah, Sopan, dan santun)?
6. Apakah karyawan BSM KCP kedaton kota Bandar Lampung dalam melaksanakan pekerjaan memakai pakaian sopan dan hijab sopan sesuai syariat Islam?
7. Apakah alur pelayanan BSM kedaton kota Bandar Lampung mudah dan tidak mempersulit nasabah?
8. Apakah pegawai BSM kedaton Bandar Lampung bersikap adil dalam melayani nasabah?
9. Apakah pegawai BSM kedaton Bandar Lampung tidak membedakan status atau golongan nasabah?
10. Apakah BSM KCP kedaton Bandar Lampung memiliki fasilitas yang memadai ?
11. Apakah lingkungan kantor BSM KCP kedaton kota Bandar Lampung sudah bersih, dan membuat nyaman ketika berada di BSM?

### Hasil Wawancara

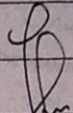
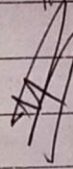
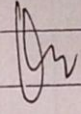
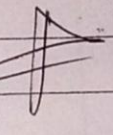
No.	Jawaban
1.	Sudah, karena ini sudah menjadi kode etik tersendiri dari sebuah bank apabila tidak diterapkan maka akan ada sanksi dari pusat.
2.	Sudah, menjadi ketentuan dan menjadi penilaian terhadap bank menjadi salah satu indikator penilaian bank sendiri.
3.	Wajib dan harus. Di dalam fakta di lapangan sudah di terapkan jika di langgar maka sanksi berupa denda sebesar 1 M – 5 M.
4.	Sudah dan harus, karna itu merupakan tanggung jawab dan juga menjadi penilaian sebagai pegawai.
5.	Sudah diterapkan, karna merupakan sebuah keharusan dan juga menjadi sebuah standar penilaian dan memiliki standar.
6.	Sudah dan wajib karna merupakan standar bagi bank sendiri jika tidak dapat berpengaruh terhadap penilain pada bank tersebut.
7.	Sudah sesuai prosedur dan sudah sesuai aturan yang berlaku dari pusat karena bank tidak di perbolehkan mempersulit.
8.	Meski terdapat nasabah priority tetapi bank tetap berlaku adil terhadap nasabah umum karena yang membedakan nasabah priority dan umum hanya terletak pada nominal pembiayaan.
9.	Bank syariah mandiri sendiri tidak membedakan status atau golongan karna sudah terdapat aturan dari pusat sehingga bank BSM cabang sendiri mengikuti aturan pusat.
10.	Sudah sesuai standar karena menjadi subjek penilain setiap bank karna jika tidak sesuai standar maka akan menurun kan penilaian terhadap performa kantor cabang itu sendiri.
11.	Sudah dan harus karena sebisa mungkin bisa membuat harapan lebih dari apa yang di harapkan oleh nasabah.

## Dokumentasi Wawancara





**BUKTI BERPERAN AKTIF DALAM UJIAN  
MUNAQASHAH**

NO	WAKTU	JUDUL SKRIPSI	NAMA TIM PENGUJI	PARAF
1	Senin 25-feb-19 10.00-12.00 R. seminar 1	pengaruh upah, jam kerja dan usia terhadap produktivitas tenaga penyadap deres (karet) dalam persepektif ekonomi (Studi peminatan) unit tulaung banyuwangi kabupaten wongkaran	1. Madnasir, SE, MSI 2. Dr. Heni Novianita, SE, M.Si 3. Nitria Susanti, MA, M. Ed. Du	
2	Selasa 26-feb-19 13.30-15.00 R. Seminar 1	analisis prospek pengembangan pariwisata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar Ditinjau dari persepektif ekonomi islam (Study pada villa Gardania kb	1. Dr. Erite Aggraini, S.E. M. E. Sy 2. Dr. Heni Novianita, SE, M. S 3. Dr. Ruslan Abdul Ghapur, M. SI	
3	Rabu 27-feb-19 10.00-12.00 R. Seminar 1	peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) Sektor pangan terhadap kesejahteraan masyarakat dalam persepektif ekonomi islam	1. Drs. H. Nasrudin, M. AG 2. Syamsul hilal, M. AG 3. Madnasir, SE. M. SI	
4	Jum'at 17-may-19 10.00-12.00 R. Seminar 1	peranan hasil budidaya ikan air tawar dalam persepektif ekonomi islam (studi di petak kebun kecamatan Sumberjo kabupaten kanggaro	1. Dr. Ruslan Abdul Ghapur M. S. I 2. Bekimonsyah. M. Kom. I 3. Hj. Mordiyah hayati, SP. M. S. I	
5	Jum'at 17 may 19 13.30-15.30 R. Seminar 2	analisis etos kerja islam petani singkong terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga (Studi pada petani singkong desa penagan ratu kec abung timur kab Lampung utara)	1. Drs. H. Nasrudin, M. AG 2. M. Kurniawan, S.E, M. E. Sy 3. Madnasir, S.E, M. S. I	

Keterangan : Nomor 1. Ketua Sidang, 2. Penguji I, 3. Penguji II



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratnen Sukarame Bandar Lampung 35131 telp (0721) 704030

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswi : Dandy Abau Mitra  
NPM : 1651020453  
Pembimbing I : Nurlaili, M.A  
Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I, M.E.Sy  
Judul Skripsi : "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri Bandar Lampung ( Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton Kota Bandar Lampung)".

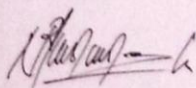
No.	Tanggal Konsultasi	Masalah Yang Dikonsultasikan	Paraf Pembimbing	
			I	II
1.	21 Agustus 2020	Revisi BAB 1-3		
2.	7 September 2020	Acc BAB 1-3		
3.	14 Oktober 2020	Revisi BAB 4-5		
4.	22 Oktober 2020	Acc BAB 1-5		
5.	2 November 2020	Revisi BAB 1-5		
6.	9 November	Acc BAB 1-5		
7.				
8.				
9.				



10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				
16.				
17.				
18.				
19.				
20.				

Bandar Lampung, 5 Desember 2020

Pembimbing I



Nurtaili, M.A

Pembimbing II



Diah Mukminatul Hasvimi, S.E.I, M.E.Sy



PT. Bank Syariah Mandiri  
KC Kedaton  
Jl. Teuku Umar No. 81 A-B  
Kedaton, Bandar Lampung  
Telp. (0721) 789600  
Fax. (0721) 783207

## SURAT KETERANGAN

No. 22/4423-3/256

PT Bank Syariah Mandiri Kedaton yang berkedudukan di Jalan Teuku Umar No.81 AB, Kedaton, Bandar Lampung, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Dandy Abau Mitra  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Universitas : UIN Raden Intan Lampung

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT Bank Syariah Mandiri Kedaton Bandar Lampung dengan judul skripsi "**Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Bank Syariah Mandiri**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 22 September 2020

PT BANK SYARIAH MANDIRI

KCP Bandar Lampung Kedaton

Yashinta Prita Dewi  
Branch Operation & Service Manager

## OUTPUT SPSS

### 1. Uji Validitas

Etika Bisnis Islam (X)

Correlations								
		x.1	x.2	x.3	x.4	x.5	x.6	total. X
x.1	Pearson Correlation	1	.628**	.574**	.734**	.535**	.350**	.792*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.2	Pearson Correlation	.628**	1	.596**	.723**	.516**	.450**	.814*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.3	Pearson Correlation	.574**	.596**	1	.657**	.567**	.570**	.813*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.4	Pearson Correlation	.734**	.723**	.657**	1	.634**	.464**	.876*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.5	Pearson Correlation	.535**	.516**	.567**	.634**	1	.477**	.802*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.6	Pearson Correlation	.350**	.450**	.570**	.464**	.477**	1	.690*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
total.X	Pearson Correlation	.792**	.814**	.813**	.876**	.802**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Validitas Customer Retention (Y)

Correlations								
		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	total.Y
y.1	Pearson Correlation	1	.254 <sup>*</sup>	.271 <sup>*</sup>	.235 <sup>*</sup>	.181	.095	.539 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.023	.015	.036	.109	.400	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
y.2	Pearson Correlation	.254 <sup>*</sup>	1	.199	.347 <sup>**</sup>	.363 <sup>**</sup>	.159	.586 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023		.077	.002	.001	.158	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
y.3	Pearson Correlation	.271 <sup>*</sup>	.199	1	.382 <sup>**</sup>	.467 <sup>**</sup>	.250 <sup>*</sup>	.655 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.015	.077		.000	.000	.025	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
y.4	Pearson Correlation	.235 <sup>*</sup>	.347 <sup>**</sup>	.382 <sup>*</sup>	1	.400 <sup>**</sup>	.370 <sup>**</sup>	.736 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.036	.002	.000		.000	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
y.5	Pearson Correlation	.181	.363 <sup>**</sup>	.467 <sup>*</sup>	.400 <sup>**</sup>	1	.471 <sup>**</sup>	.738 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.109	.001	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
y.6	Pearson Correlation	.095	.159	.250 <sup>*</sup>	.370 <sup>**</sup>	.471 <sup>**</sup>	1	.601 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.400	.158	.025	.001	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
total.Y	Pearson Correlation	.539 <sup>**</sup>	.586 <sup>**</sup>	.655 <sup>*</sup>	.736 <sup>**</sup>	.738 <sup>**</sup>	.601 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

## 2. Uji Reliabilitas

Etika Bisnis Islam (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	6

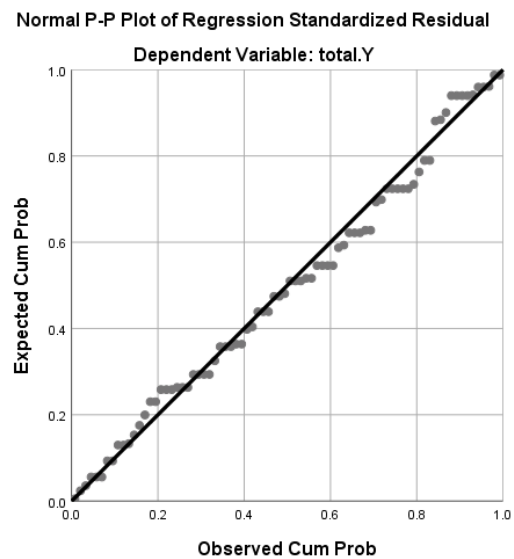
Customer Retention

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.715	6

### 3. Uji Normalitas

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.487 <sup>a</sup>	.237	.227	2.086
a. Predictors: (Constant), total.X				
b. Dependent Variable: total.Y				



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07291411
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.066
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		



#### 4. Uji Linearitas

Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
total.Y * total.X	80	100.0%	0	0.0%	80	100.0%

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
total.Y * total.X	Between Groups	(Combined)	131.263	10	13.126	2.887	.005
		Linearity	105.527	1	105.527	23.209	.000
		Deviation from Linearity	25.736	9	2.860	.629	.768
	Within Groups		313.725	69	4.547		
	Total		444.988	79			

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	22.69	26.76	25.39	1.156	80
Std. Predicted Value	-2.330	1.187	.000	1.000	80
Standard Error of Predicted Value	.235	.595	.323	.066	80
Adjusted Predicted Value	22.58	26.88	25.38	1.161	80
Residual	-5.321	4.679	.000	2.073	80
Std. Residual	-2.550	2.243	.000	.994	80
Stud. Residual	-2.581	2.270	.001	1.006	80
Deleted Residual	-5.447	4.791	.005	2.124	80
Stud. Deleted Residual	-2.681	2.333	.002	1.019	80
Mahal. Distance	.017	5.428	.987	.884	80
Cook's Distance	.000	.079	.012	.017	80
Centered Leverage Value	.000	.069	.012	.011	80
a. Dependent Variable: total.Y					

5. Uji  $R^2$  ( Koefisien Determinasi)

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.487 <sup>a</sup>	.237	.227	2.086
a. Predictors: (Constant), total.X				
b. Dependent Variable: total.Y				

6. Uji T ( Parsial)

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.566	2.210		6.591	.000
	total.X	.406	.083	.487	4.924	.000
a. Dependent Variable: total.Y						